

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
LOPEZ GIRALDO RICARDO TROQUELADOS Y AFINES INDUSTRIALES S.A.S**

**ANA MARÍA LOPEZ MARIN
JULIO ANTONIO TORRES SANCHEZ
LAURA LILIANA ROJAS YEPES
LUCY ANDREA GÓMEZ MOLINA
YEIMY BRIYIHT PARDO RIVEROS**

**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
MAYO 2019**

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
LOPEZ GIRALDO RICARDO-TROQUELADOS Y AFINES INDUSTRIALES S.A.S**

GRUPO:101008-6

PRESENTADO POR:

**ANA MARÍA LOPEZ MARIN
JULIO ANTONIO TORRES SANCHEZ
LAURA LILIANA ROJAS YEPES
LUCY ANDREA GÓMEZ MOLINA
YEIMY BRIYIHT PARDO RIVEROS**

TUTOR

**MARIO ZUBIRIA LARA
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**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**

MAYO 2019

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	7
ABSTRACT	8
INTRODUCCION	9
1 OBJETIVO DEL DIPLOMADO	11
1.1 Objetivo general	11
1.2 Objetivos específicos	11
2 PROPUESTA PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EMPRESA LOPEZ GIRALDO RICARDO - TROQUELADOS Y AFINES INDUSTRIALES S.A.S	13
2.1 Direccionamiento Estratégico	13
2.1.1 Misión.	13
2.1.2 Visión.	13
2.1.3 Valores.	14
2.2 Formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada	14
2.3 Justificación del plan de Responsabilidad Social Empresarial	16
3 CÓDIGO DE CONDUCTA	18
3.1 Modelo Gerencial Seleccionado con una breve descripción (Modelo Gerencial de Gestión)	18
3.2 Guías e iniciativas mundiales que facilitan la construcción de un código de conducta empresarial.	19
3.3 Código de Conducta de la Empresa Seleccionada	22
3.3.1 Informe previo al código de conducta.	22
Decisión de la alta dirección	22
A quien aplica	22
Establecimiento del equipo dinamizador	23
Instancias de sensibilización y participación	23
Reunión de Insumos para redacción del Código	25
CODIGO DE CONDUCTA LOPEZ GIRALDO RICARDO - Troquelados y Afines Industriales	27
Introducción	28
Confidencialidad Empresarial	29
Conflicto de Intereses	30
Conducta Interna	31
Principios Éticos y Valores	31
Favores comerciales	33

Contravenciones_____	34
Negociaciones_____	34
Uso de la información de la empresa_____	35
Comunicaciones Estratégicas:_____	36
Cultura, Social y Religión_____	36
3.4 Recursos Financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta_____	36
4 STAKEHOLDERS_____	39
4.1 Breve descripción de los Stakeholders_____	39
4.2 Mapa genérico de Stakeholders de cada uno de los participantes_____	41
Mapa presentado por Ana Maria López M._____	41
Mapa presentado por Briyith Pado_____	42
Mapa presentado por Lucy Gómez_____	43
Mapa presentado por Laura Rojas_____	44
Mapa presentado por Julio Torres_____	45
4.3 Mapa Genérico Seleccionado con la respectiva explicación_____	46
Internos. _____	47
Externos. _____	47
4.4 Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre la empresa seleccionada y los Stakeholders (actores) identificados._____	49
5 PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL_____	50
5.1 Plan de Responsabilidad Social Empresarial para López Giraldo Ricardo-Troquelados y Afines Industriales_____	50
5.2 Plan de Comunicaciones a los interesados_____	78
5.3 Modelo de Informe de Gestión Recomendado_____	80
6 CONCLUSIONES_____	82
7. BIBLIOGRAFIA_____	83
ANEXOS_____	90
Video fase 3 LINK_____	90

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Evaluación de Impacto López Giraldo Ricardo-Troquelados y Afines industriales	15
Tabla 2. Leyes y expectativas para grupos Stakeholders	19
Tabla 3. Grupo que conforman comité de código de conducta	23
Tabla 4. Cronograma de Capacitaciones	24
Tabla 5. Equipo de redacción del código de conducta	25
Tabla 6. Presupuesto código de conducta	38
Tabla 7. Planes de Responsabilidad Social Empresarial Troquelados y afines Industriales S.A.S.....	50
Tabla 8. Plan de Comunicación Stakeholders – López Giraldo Ricardo – Troquelados y Afines Industriales.....	78

LISTA DE GRAFICAS/FIGURAS

Grafico 1. Iniciativas que implementan la responsabilidad social	20
Grafico 2. Guías e iniciativas mundiales.....	21
Grafico 3. Breve descripción de Stakeholders	40
Grafico 4. Mapa Stakeholders Ana María Lopez.....	41
Grafico 5. Mapa Stakeholder Briyith Pardo.....	42
Grafico 6. Mapa Stakeholder Lucy Andrea Gomez.....	43
Grafico 7. Mapa Stakeholders Laura Rojas	44
Grafico 8. Mapa Stakeholders Julio Antonio Torres.....	45
Grafico 9. Mapa Genérico de Stakeholders Elegido	46
Grafico 10. Matriz de Relación influencia vs Impacto	49

RESUMEN

La Gerencia Estratégica aplicada con Responsabilidad Social Empresarial permite que las empresas generen además de un valor económico, un valor social. La RSE mejora los modelos productivos, la eficiencia y la sostenibilidad, basados en los valores de la igualdad, oportunidad, respeto y tolerancia, considerando que sus acciones afectan en su entorno.

En este trabajo se escoge la empresa López Giraldo Ricardo – Troquelados y Afines Industriales, teniendo un perfil de “mipyme”, dentro del **sector secundario o industrial de la economía** analizando bajo un modelo gerencial de gestión, las fases necesarias en la construcción del Código de Ética y elaboración del plan de responsabilidad social empresarial. El Código de Ética es establecido con el fin de indicar el derrotero que la empresa seguirá en su actuar integral; en el Plan de RSE, se identifica el mapa de los Stakeholders donde se evidencian los grupos de interés involucrados en la actividad económica de la empresa, siendo estos actores influenciados en las decisiones que la empresa tome. De igual forma, la propuesta del Plan de RSE define en sus tres dimensiones económicas, sociales y ambientales, los objetivos, estrategias e indicadores para seguimiento y generar soluciones reduciendo el impacto causado en su entorno.

La RSE involucra una forma de pensar, actuar y ser en las empresas actualmente, pues a través del tiempo se han concientizado sobre los beneficios que se obtiene por su aplicación, considerando no solo los económicos, sino los sociales, humanos, ambientales aportándoles por su sostenibilidad.

Palabras Clave: RSE, Sostenibilidad, ambiental, ética, Stakeholders

ABSTRACT

The Strategic Management applied with Corporate Social Responsibility allows companies to generate, in addition to an economic value, a social value. CSR improves productive models, efficiency and sustainability, based on the values of equality, opportunity, respect and tolerance, considering that their actions affect their environment.

In this work the company López Giraldo Ricardo - Troquelados y Afines Industriales is chosen, having a "mipyme" profile, within the secondary or industrial sector of the economy, analyzing under a managerial management model, the necessary phases in the construction of the Code Ethics and preparation of the corporate social responsibility plan. The Code of Ethics is established in order to indicate the course that the company will follow in its integral action; in the CSR Plan, the stakeholder map is identified where the stakeholders involved in the company's economic activity are evident, and these stakeholders are influenced by the decisions that the company makes. Similarly, the CSR Plan proposal defines its three economic, social and environmental dimensions, the objectives, strategies and indicators for monitoring and generating solutions reducing the impact caused in its environment.

CSR involves a way of thinking, acting and being in companies now, because over time they have become aware of the benefits obtained by its application, considering not only the economic ones, but also the social, human, environmental ones, providing them with their sustainability.

Keywords: CSR, Sustainability, environmental, ethics, Stakeholders

INTRODUCCION

La responsabilidad social empresarial (RSE) corresponde a un conjunto de actividades sobre las cuales las empresas definen el marco de la ética y transparencia con los stakeholders que se integran; estableciendo objetivos estratégicos empresariales integrándolos a la comunidad, preservando el ambiente y las futuras generaciones de éxito.

El plan de RSE para la empresa López Giraldo Ricardo - Troquelados y afines Industriales S.A.S., se elabora con la necesidad de disminuir o mitigar impactos que se están generando dentro de la empresa, y así probar la necesidad de la creación, implementación y verificación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial teniendo como base los objetivos estratégicos de la compañía, para favorecer al desarrollo humano sostenible compromisos y transparencia.

Por lo anterior y gracias al estudio, hemos desarrollado en las diferentes unidades grandes estudios e investigaciones por ejemplo, en la unidad uno: se logra fortalecer la capacidad y competencia necesarias para liderar dentro de las organizaciones cambiantes; de igual forma en la unidad dos, se identifican los puntos relevantes en la estrategia de la responsabilidad social empresarial, así como los objetivos, metas y el impacto que se genera hacia las partes interesadas, donde se definen según el sector de la economía con la que se identifica la empresa seleccionada; adicionalmente se busca implementar uno de los modelos gerenciales para lograr una transformación, adecuada a los cambios, sin ningún tipo de discriminación y profesional, lo cual se exige en la era moderna del ámbito empresarial, temas que se identificaron en la unidad tres; con respecto a la unidad cuatro, que trata los recursos financieros que nos permite estructurar los objetivos, implementar y analizar los informes financieros, analizando las

restricciones y alternativas con el fin de tomar decisiones acertadas de inversión para el Plan de RSE.

Para las unidades cinco y seis encontramos conceptos y objetivos del marketing social y marketing corporativo como elemento diferenciador empresarial; después la unidad siete busca que se identifiquen las relaciones públicas, establecidas con un nivel de profesionalismo ético debido a la relevancia de la Responsabilidad Social Empresarial en los entes gubernamentales, tema incorporado en la unidad ocho, allí se conocerá toda los sistemas de normas relacionados con la RSC a nivel mundial y nacional; en la unidad nueve, se aplican las estrategias basadas en la neurociencia para la toma de decisiones en la gerencia, para la propuesta del plan Responsabilidad Social Empresarial que se construye en la unidad diez, a partir de las herramientas de gestión y los diferentes sistemas que permiten la certificación de las empresas que se encuentren en la adhesión al cambio global socialmente responsable.

1. OBJETIVO DEL DIPLOMADO

Crear en la gerencia organizacional la práctica de la RSE que permita el aumento de la generación de valor de la empresa, las zonas y la sociedad, óptimos para el crecimiento económico, el mejoramiento de la calidad de vida, la equidad, la mitigación de impactos ambientales y la conservación de la biodiversidad, y así identificar y analizar Pymes en su entorno local o regional dependiendo los casos, incorporando el código de conducta, los objetivos estratégicos, los Stakeholders y la creación del plan de responsabilidad social empresarial donde se demuestre el desempeño en las dimensiones económica, ambiental y social que esta acogerá para generar soluciones a los impactos estimados o causados.

1.1 Objetivo general

Elaborar el plan de responsabilidad para la empresa López Giraldo Ricardo – Troquelados y Afines Industriales, con el fin de implementar mejoras en las dimensiones económica, social y ambiental generados por la empresa que incluyan diferentes estrategias de solución o mitigación las cuales aportaran valor a la organización.

1.2 Objetivos específicos

- Realizar el desempeño de evaluación y la justificación para la empresa López Giraldo Ricardo – Troquelados y Afines Industriales.
- Elaborar el código de conducta con sus respectivos principios éticos y valores.

- Plantear los objetivos de marketing social y corporativo para la empresa López Giraldo Ricardo – Troquelados y Afines Industriales.
- Crear el mapa genérico de los Stakeholders para la empresa López Giraldo Ricardo – Troquelados y Afines Industriales.
- Realizar el plan de responsabilidad y de comunicaciones con los Stakeholders de la empresa López Giraldo Ricardo – Troquelados y Afines Industriales.

2. PROPUESTA PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EMPRESA LOPEZ GIRALDO RICARDO - TROQUELADOS Y AFINES INDUSTRIALES S.A.S

Con el fin de realizar el estudio para el plan de responsabilidad social empresarial, cada uno de los integrantes del grupo postulan diferentes empresas, después de realizada la elección se escoge una empresa, en este caso LOPEZ GIRALDO RICARDO –TROQUELADOS Y AFINES INDUSTRIALES SAS, a partir de la identificación del impacto económico, social y ambiental causados por esta, se proponen diferentes estrategias que mitiguen dichos impactos y permitan la construcción futura de su sostenibilidad.

2.1 Direccionamiento Estratégico

2.1.1 Misión.

Ser el principal fabricante del país en productos para ensamble, fijación y sujeción entre otros afines a la troquelaría, dedicando constantemente los recursos para el mejoramiento de nuestros procesos y así lograr la innovación y eficiencia tecnológica, teniendo a personas comprometidas, con ideas que garantizan a nuestros clientes un servicio de calidad, como nuestro principal objetivo.

2.1.2 Visión.

En el 2020 TAI, seremos empresa que marque el liderazgo a nivel nacional y de Latinoamérica en cuanto a la manufactura y comercialización de productos de sujeción y fijación para todos los sectores de la industria; con productos que marcan la diferencia en el mercado,

adecuándonos a tecnología, haciendo uso eficiente de los recursos, crecimiento sostenible y calidad.

2.1.3 Valores.

- Prestar un servicio oportuno, ofreciendo elementos de fijación para diversos ensambles en diferentes materiales y acabados, a la medida requerida.
- Dar cumplimiento a las normas vigentes con respecto a la aplicabilidad del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, cumpliendo las expectativas de las partes interesadas.
- Implementar el SG-SST para promover la prevención de accidentes y enfermedades causadas por el trabajo, dándole prioridad a las lumbares, ergonómicas y demás riesgos identificado, involucrando al personal para que realice las acciones adecuadas.
- Incentivar y promover el compromiso del uso adecuado de los recursos, como eje fundamental de nuestra actividad para proteger el medio ambiente.

2.2 Formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada

La dimensión que se recomienda trabajar corresponde a la dimensión social, con el fin de llegar a encontrar las estrategias necesarias para el mejoramiento de la calidad de vida tanto de los empleados y como de los emprendedores y que esto redunde en la sostenibilidad de la empresa.

Tabla 1. *Evaluación de Impacto López Giraldo Ricardo-Troquelados y Afines industriales*

Formato de evaluación Impacto empresa López Giraldo Ricardo- Troquelados y Afines Industriales			
Industriales			
	Problema	Impacto	Prioridad atención (alta, media, baja)
Económico	<p>Interno: Manejo indebido de los recursos financieros y mal manejo en el cálculo de los costos de los productos. Recuperación de cartera media</p> <p>Externo: Carga impositiva (tributarios) por parte del gobierno nacional</p>	<p>El flujo de caja y las utilidades de la empresa no han llegado a la meta</p>	ALTA
Social:	<p>Interno: Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo no se ha implementado en su totalidad.</p> <p>Personal no calificado</p>	<p>Ausentismo laboral afectando la productividad y a su vez la economía de</p>	ALTA

	Externo: falta de atención oportuna por parte de las Entidades Promotoras de Salud	la empresa	
Ambiental:	Interno: Mal manejo de los residuos, contaminación auditiva y ambiente	Desmejoramiento de la salud de los trabajadores,	ALTA
	Externo: Contaminación del medio ambiente por parte de las empresas aledañas	contaminación del medio ambiente	
Fuente: Elaboración propia- Sugerencia de Formato Indicada Fase 1 del Diplomado en Gerencia Integral y RSE			

En esta tabla 1 identificamos y evaluamos los problemas e impactos que están afectando la compañía actualmente, determinando la prioridad en los impactos más relevantes que afectan el desempeño de algunos de sus procesos.

2.3 Justificación del plan de Responsabilidad Social Empresarial

Según conceso realizado por el grupo y después de verificar las diferentes organizaciones, se elige trabajar con la empresa LOPEZ GIRALDO RICARDO -TROQUELADOS Y AFINES INDUSTRIALES, con el fin de aplicar los conocimientos adquiridos respecto al concepto básico de Responsabilidad Social Empresarial, planteando objetivos, métodos y estrategias que permitirán la toma de decisiones en los diferentes ejes que la empresa tenga mayor impacto y logre mitigar los mismos construyendo su sostenibilidad.

LOPEZ GIRALDO RICARDO-TROQUELADOS Y AFINES INDUSTRIALES S.A.S, es una empresa nacional que fabrica productos para ensamble, fijación y sujeción entre otros afines a la troquelaría, se clasifica dentro del **sector secundario o industrial de la economía**, teniendo un perfil de mipyme, que ha tratado de sobrevivir durante aproximadamente 20 años en el mercado, su direccionamiento estratégico está encaminado al crecimiento organizacional y al de todos sus colaboradores, por ende se hace factible construir un plan de responsabilidad social como herramienta para ser cada día más competitiva. Adicionalmente, tomando como base su objeto social, apuntando siempre al desarrollo sostenible con el fin de mejorar su imagen frente a la comunidad, incrementar buenos hábitos de vida para sus trabajadores, familias y su entorno, evolucionando para mejorar los bienes y servicios, y reducir los niveles de contaminación de esta empresa.

3. CODIGO DE ETICA Y CONDUCTA

Se diseña el presente código de ética y conducta para la empresa LOPEZ GIRALDO RICARDO –TROQUELADOS Y AFINES INDUSTRIALES SAS, teniendo como base las unidades 3-4, modelos gerenciales y recursos financieros, donde se dan a conocer los ejes fundamentales que indican el comportamiento dentro de la cultura organizacional, y los beneficios que este trae consigo como la captación de buenos clientes, proveedores, y empleados, la confianza que se genera a nivel organizacional, y la satisfacción de cada uno de sus colaboradores.

3.1 Modelo Gerencial Seleccionado con una breve descripción (Modelo Gerencial de Gestión)

El modelo gerencial de gestión, es el más adecuado para la construcción del código de conducta para la empresa LOPEZ GIRALDO RICARDO - TROQUELADOS Y AFINES INDUSTRIALES S.A.S, ya que su direccionamiento estratégico está encaminado al crecimiento organizacional y al de todos sus colaboradores y debido a la antigüedad necesita cambios en sus procesos y este modelo le permite implementar recursos que favorezcan los procesos de fabricación, mejoramiento de la calidad y mejorar el índice de satisfacción del cliente, ayudando a democratizar lo que permite eliminar barreras para la interacción de todos sus componentes, generando espacios de trabajo más abiertos y fluidos dentro de la misma.

¿Qué es el Modelo de Gestión?: Plantea los requisitos y pasos para que las empresas puedan moverse, con el objetivo de retribuir hacia los grupos de interés que son afectado por su actividad económica y comercial.

3.2 Guías e iniciativas mundiales que facilitan la construcción de un código de conducta empresarial.

Tabla 2. *Leyes y expectativas para grupos Stakeholders*

<i>Stakeholders</i>	<i>Tipo de leyes existentes</i>	<i>Iniciativa que atiende expectativas sociales</i>
Proveedores	Código comercial	Comercio justo
Trabajadores	Código laboral	Equilibrio vida laboral-familiar
Clientes	Transparencia	Códigos de ética
Otras organizaciones	Competencia leal	Certificaciones
Comunidad local	Contenido Local	Apoyo a la cultura
Sociedad	Protección ambiental	Inclusión social

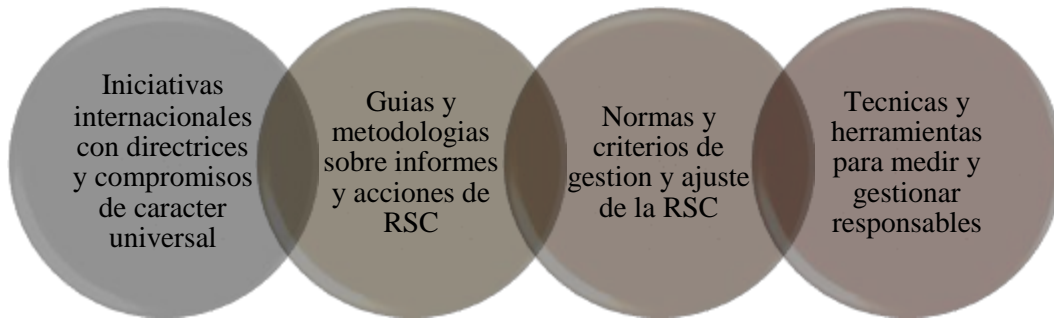
Fuente: Schwab (2009)

En la tabla 2, encontramos los tipos de leyes y las iniciativas para los stakeholders.

A continuación, se presentan las iniciativas que están promoviendo e implementando la RSE, las cuales se clasifican en cuatro categorías. (Revista Innovar, 2007)¹

¹ Berbel, G (2007) “la responsabilidad social en las organizaciones análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información”, Revista Innovar 17(29), pp.27-48

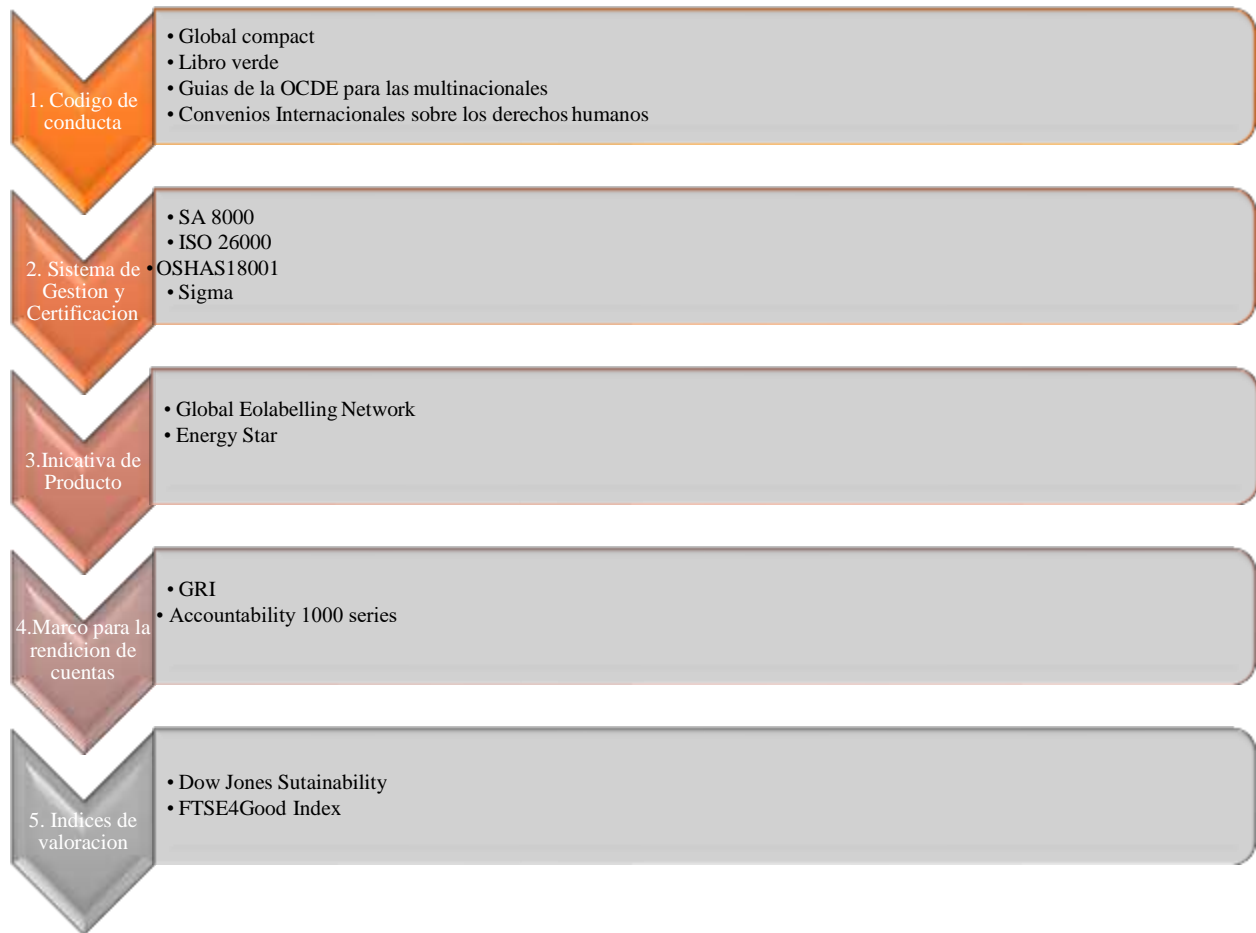
Gráfico 1. *Iniciativas que implementan la responsabilidad social*



Las iniciativas de fomento Internacionales son:

- ❖ Pacto mundial de las naciones Unidas
- ❖ Programa local 21 y los Objetivos del Milenio.
- ❖ Organización internacional de trabajo (OIT).
- ❖ Organización para la cooperación y el desarrollo Económico (OCDE).
- ❖ Banco Mundial
- ❖ Unión Europea.

Grafico 2. Guías e iniciativas mundiales



Fuente: Elaboración Propia

3.3 Código de Conducta de la Empresa Seleccionada

3.3.1 Informe previo al código de conducta.

Decisión de la alta dirección

Para López Giraldo Ricardo-Troquelados y Afines Industriales, es muy importante la confianza que tanto los clientes, proveedores y empleados nos tengan; por ello es de vital importancia para nosotros hacer lo correcto en cuanto al desempeño de nuestra actividad comercial y social, cumpliendo los estándares de la ética y la moral, previniendo la corrupción y aumentar la confianza de nuestro entorno. Por lo anterior, es necesario construir una cultura de ética que oriente nuestro actuar hacia la transparencia, integridad, legalidad, sostenibilidad y Responsabilidad Social. Nuestro éxito se relaciona con nuestro actuar íntegro y profesional. Por lo que el presente Código de Ética debe ser consultado cuando sea requerido o se encuentre en duda nuestro actuar.

A quien aplica

Nuestro código de ética aplica tanto a la Gerencia, como a cada uno de los integrantes de la empresa que tengan contrato vigente, de igual forma cada uno es responsable de sus propios actos como representante de ésta; extensivamente este manual se debe dar a conocer a nuestros proveedores, clientes y personas externas con quien establezcamos relaciones comerciales.

Establecimiento del equipo dinamizador

El establecimiento del equipo de trabajo contará con la participación del área de Recursos Humanos y un participante de cada área.

Tabla 3. Grupo que conforman comité de código de conducta.

Integrante	Cargo
Julio Antonio Torres	Presidente
Yeimy Briyith Pardo	Secretaria
Laura Liliana Rojas Yepes	Revisoras
Lucy Andrea Gómez	Suplente secretaria
Ana María López	Revisora

En la tabla 3, se informa los integrantes y los cargos de las personas que conformarán el código de conducta

Instancias de sensibilización y participación

De acuerdo con la construcción del proyecto se realizarán talleres de sensibilización para todas las áreas y todos los integrantes de la organización López Giraldo Ricardo - Troquelados y Afines Industriales con el objetivo general de proporcionar instancias acordes e intercambiar opiniones sobre todos los casos prácticos que se están presentando actualmente en la empresa de manera social y así considerar la posición a adoptar.

Tabla 4. Cronograma de Capacitaciones

<i>NOMBRE DE TALLER</i>	<i>PARTICIPANTES</i>	<i>FECHA</i>
Charla Motivación Laboral	Toda la compañía	Viernes 1 de Marzo de 2019 hora 7:30am a 8:30 am
Taller Ética empresarial	Toda la compañía	Viernes 15 de marzo de 2019 hora 4:00 pm a 5:30 pm
Taller Responsabilidad social	Toda la compañía	Viernes 29 de Marzo de 2019 hora 7:30am a 8:30 am
Taller Liderazgo	Toda la compañía	Viernes 5 de abril de 2019 hora 4:00 pm a 5:30
Taller Ausentismo Laboral	Toda la compañía	Viernes 12 de Abril de 2019 hora 7:30am a 8:30 am
Taller respeto y responsabilidad laboral	Toda la compañía	Viernes 26 de abril de 2019 hora 4:00 pm a 5:30

En esta tabla 4 se organizó el cronograma de capacitaciones con las fechas y las personas que deben participar de estas.

Luego de los talleres y contando con la información y conocimientos relacionados, de forma complementaria se iniciará con el diagnóstico realizando una encuesta sobre el clima organizacional actual, permitiendo revelar todos los elementos que aseguren que el código de ética y conducta tenga relevancia la empresa.

Reunión de Insumos para redacción del Código

Se conformará el equipo de redacción del Código para López Giraldo Ricardo - Troquelados y Afines Industriales

Tabla 5. *Equipo de redacción del código de conducta*

NOMBRE	AREA	ROL
Briyith Pardo	Recursos Humanos	Responsable de Equipo
Ana María López	Recursos Humanos	Responsable de escritura
Laura Liliana Rojas Yepes	Área Financiera	Responsable de recopilación de información
Lucy Andrea Gómez	Área Comercial	Responsable de divulgación de producto final
Julio Antonio Torres	Administración	Responsable de Verificación

En la tabla 5 encontramos el personal que debe conformar el equipo de redacción del código de conducta, con sus respectivos roles.

- **Controlo**

Suministrar la información oportunamente y verídica la cual debe estar soportada, para los entes de control y judicial que así lo requieran.

- **Contratistas y Proveedores**

La empresa “López Giraldo Ricardo - Troquelados y afines industriales SAS” contratará las materias primas, bienes y servicios para la realización del cumplimiento del objeto social, cumpliendo los requerimientos y normas que permitan la justicia, equidad y transparencia.

- **Recursos de la Empresa**

La empresa “López Giraldo Ricardo - Troquelados y afines industriales S.A.S” se responsabiliza por el buen uso eficiente de las instalaciones física, los bienes y los recurso tanto financieros como físicos, con el fin de cumplir con su misión y objetivos bajo un criterio de ahorro.

- **Comunicación**

La empresa “López Giraldo Ricardo - Troquelados y afines industriales SAS”, brinda el servicio a sus clientes tanto internos como externos, bajo ningún tipo de discriminación sea cual fuera su naturaleza; previniendo conflicto de intereses y acogiéndose así a los principios fundamentados en la Constitución Política Colombiana.

- **Medio Ambiente**

La empresa “López Giraldo Ricardo - Troquelados y afines industriales SAS”, promueve su conciencia para no impactar el medio ambiente, por lo cual, efectúa actividades para el reciclaje, el uso adecuado del agua y la energía, mejorando la calidad del aire y disminuyendo los desibeles de ruido.

CODIGO DE CONDUCTA LOPEZ GIRALDO RICARDO - Troquelados y Afines Industriales

CODIGO DE CONDUCTA

“La ética es saber la diferencia entre lo que tienes
Derecho de hacer y lo que es correcto hacer.”

Robert Schuman

López Giraldo Ricardo- Troquelados y Afines Industriales



ETICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



TROQUELADOS
Y AFINES INDUSTRIALES S.A.S

Los Especialistas en Argandillas

Introducción



Fuente imagen: <http://www.contactos.com.co/web/codigo-de-conducta/>

Te contaremos un poco acerca de nuestro código de conducta:

El código de conducta de López Giraldo Ricardo - Troquelados y Afines Industriales S.A.S es de obligado cumplimiento por parte de todos y cada uno de los miembros de la compañía.

Nuestro código ofrece pautas generales de cómo manejar nuestras actividades diarias de acuerdo con nuestros objetivos y valores, con la finalidad de constituir una empresa sustentable altamente productiva y plenamente humana logrando de esta manera la preferencia de nuestros colaboradores y en casos específicos para nuestros clientes; estableceremos siempre el cumplimiento de los estándares más altos de ética en las actividades diarias de nuestros colaboradores e interacción con grupos de interés; en el siguiente documento se establece el marco normativo los cuales guían estos estándares de conducta y a los cuales estaremos al tanto del cumplimiento con colaboración de los trabajadores siendo de gran importancia y compromiso mantener un comportamiento profesional, saludable y humano que promueva la creación un ambiente laboral adecuado e incentive la construcción de un impacto positivo.

Confidencialidad Empresarial

Al hacer parte de la empresa López Giraldo Ricardo - Troquelados y afines Industriales, nuestros trabajadores deben asumir su compromiso sobre el uso bajo un nivel alto de responsabilidad toda la información que corresponda de la empresa y sobre la cual tengan acceso, de tal forma que en todo momento sea guardada la información de forma confidencial y segura, debido a su denominación propiedad intelectual y confidencial comercial de la empresa, asumiendo que cada proceso de fabricación , sistema de información financiera o esquemas de



comercialización es únicamente manejado por la compañía sin derecho a ser revelados ni vendidos con fines poco éticos.

Si por alguna

circunstancia el colaborador, deja la empresa, este en principio debió firmar un documento donde establece las normas y leyes penales que puede llegar a asumir de manera voluntaria, en caso de que haga todo lo contrario estipulado anteriormente y no cumpla el compromiso sujeto por la ética profesional y las leyes que se ajustan al país donde operamos.

Conflicto de Intereses



Recuperada de <https://www.definicionabc.com/politica/conflicto-intereses.php>

Los trabajadores de la empresa Lopez Giraldo Ricardo – Troquelados y Afines Industriales, tienen como obligación y compromiso buscar siempre el beneficio de ésta. Para todo caso un “conflicto de intereses “se da cuando usted tiene una relación personal o algún interés en particular que afecte el beneficio principal de nuestra empresa o dado el caso que también utilice su posición en la empresa para cubrir o satisfacer sus propios intereses.

De la misma manera esperamos que todos nuestros colaboradores y directivos sean trabajadores en los que la empresa pueda confiar, de esta forma no afectar nuestra toma de decisiones por factores que favorezcan intereses que no sean de eficacia, productividad, eficiencia o cumplimiento de nuestras metas.

Con el fin de no permitir que se presenten conflictos de interés personal con los de la empresa, se proporcionara una solución en caso de que sea requerida, será el compromiso de todos informar sobre cualquier situación de ésta índoles que pueda afectar negativamente a la empresa.

Conducta Interna

Las conductas y valores que estamos buscando que sean cumplidos por nuestros colaboradores en la empresa en su trabajo cotidiano, se verán constituidos con el compromiso de nuestra compañía para generar en ellos el desarrollo personal, incentivando los valores de igualdad, equidad, ética y honestidad.



Creemos en las personas, por lo cual la relación se fundamenta en la integridad de los trabajadores y de la empresa, dando fe sobre las personas que trabajan con nosotros.

No toleraremos ningún tipo de acoso hacia nuestros trabajadores, puesto que tenemos el compromiso de mantener un ambiente de trabajo sano y de buena calidad, evitando las malas costumbres de lenguaje obsceno o conductas intimidantes, inapropiadas o discriminatorias.

Principios Éticos y Valores

La administración velará por los intereses de la empresa, aplicando los valores fundamentales de igualdad, eficiencia, oportunidad, respeto y tolerancia.

El principal objetivo de la empresa “López Giraldo Ricardo - Troquelados y afines industriales”, es ofrecer productos bajo condiciones éticas, que ofrezcan calidad de vida a sus trabajadores, mitigando el impacto en su entorno y brindando el mejor servicio al cliente.

Es de importancia direccionar a todos los colaboradores hacia un buen servicio, que redunde en la satisfacción de los clientes, que permita el crecimiento de la empresa y de sus trabajadores, aplicando las herramientas que le brinda el sistema de gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo para la mejora continua.

Tanto los proveedores, como los clientes, los trabajadores y Propietarios de la empresa, se ceñirán a las normas que exige la Ley, tomando las decisiones que se requieran para proteger a la empresa, garantizando el cumplimiento de las políticas, dando soluciones ante cualquier situación que infrinja el Código de Conducta.

▪ **Respeto**

La empresa propenderá por la actitud de comprensión y tolerancia, frente a las personas que tienen diferentes formas de pensar, actuar, permitiéndose reconocer sus cualidades considerándolo digno de sus derechos.

▪ **Imparcialidad**

La empresa y sus trabajadores asumirán una posición que cubra tanto los intereses internos como los intereses externos de los diferentes usuarios cumpliendo con el presente Código de Ética y Conducta, propendiendo por el valor de la equidad y la justicia.

▪ **Puntualidad**

La empresa velará por el cumplimiento y la ejecución de la buena gestión de las labores para con los trabajadores, concientizando sobre el uso eficiente y eficaz del recurso del tiempo, garantizando buen desempeño laboral de los trabajadores.

▪ **Responsabilidad**

Contribuir para el cumplimiento de las obligaciones y objetivos, asumiendo la toma de decisiones y las consecuencias de estas, cuidando los recursos de la empresa.

Ética o Conducta

La empresa propenderá por la buena conducta y los principios fundamentales para actuar de forma justa y de acuerdo con sus valores.

- **Solidaridad**

Brindar los espacios cuando así se requieran, para infundir entre todos el sentido de unidad y apoyo, para los intereses comunes y cuando así sea necesario.

- **Honestidad**

Incentivar entre todos los trabajadores, directivos y propietarios el espíritu del cumplimiento de los compromisos con buena conducta, lealtad, transparencia, bajo los principios y valores de la empresa y la sociedad.

- **Sentido de Pertenencia**

Inculcar en los trabajadores el sentido de orgullo por pertenecer a la empresa López Giraldo Ricardo-Troquelados y Afines Industriales, e incentivarlos para el cumplimiento de las metas y objetivos, haciéndolos sentir importantes y esencial para el logro de estos.

Favores comerciales



López Giraldo Ricardo - Troquelados y afines industriales S.A.S, no permitirá que sus trabajadores ofrezcan o reciban bonos, regalos, comisiones, beneficios o algo similar, con el fin de favorecerse.

Sin embargo la recepción o entrega de regalos que se reciban en la empresa, serán permitidas siempre y cuando, este no afecte el interés de la empresa, ni su relación comercial con otras empresas.

Contravenciones

Los trabajadores de López Giraldo Ricardo - Troquelados y afines industriales S.A.S, que incumplan con sus deberes, serán sancionados y juzgados de acuerdo al reglamento de trabajo, en función de la gravedad del caso.

Los trabajadores están en toda facultad de denunciar, todo acto que se considere ilícito o indebido y que vayan en contra de sus principios.

Negociaciones

López Giraldo Ricardo - Troquelados y afines industriales S.A.S, maneja sus servicios y productos con legalidad y total transparencia, con el fin de cumplir lo que se establece con nuestros clientes.

López Giraldo Ricardo - Troquelados y afines industriales S.A.S respetará y cumplirá siempre los acuerdos establecidos con nuestros clientes.

Uso de la información de la empresa



Recuperada de <https://www.d-w-m.es/informacion-a-dwm/>

Cualquier información obtenida de la relación comercial por parte de los clientes como son los cálculo de los precios, planos realizados dentro de la empresa y/o dados por los clientes, participación en licitaciones y todo lo que concierne a los mismos, se considera de carácter confidencial y de uso exclusivo de la empresa por lo cual todos y cada uno de los involucrados nos abstendremos de divulgarla a nivel personal, comercial, en conversaciones informarles o con terceros.

Cualquier solicitud de información, como son encuestas sectoriales, entidades regulatorias, se deben canalizar a través del área administrativa, no todas las personas pueden responder cualquier pregunta sobre la empresa, sus actividades comerciales, clientes, empleados y demás información.

Todos los contactos con clientes y proveedores deben llevarse a cabo a través del área de Servicio al Cliente, Comercial y Administrativa.

Comunicaciones Estratégicas:

Las comunicaciones estratégicas serán emitidas únicamente desde la Gerencia Administrativa, como es este Código de Ética y Conducta, igualmente, los cambios que la empresa considere realizar serán informados a través de esta Gerencia; por lo tanto, se prohíbe la divulgación de esta por medio de empleados o de fuentes no autorizadas.

Las comunicaciones y publicaciones emitidas en las Redes Sociales e Internet, serán revisadas por la Gerencia Comercial quien dará el visto bueno para emitirlas y todas las solicitudes surgidas a través de algún trabajador que no corresponda a esta área debe remitirlas a la Gerencia Comercial para que sea canalizada a través de ella.

Cultura, Social y Religión

El respeto por la dignidad de cada uno de los integrantes de Lopez Giraldo Ricardo-Troquelados y Afines Industriales, al igual nuestros clientes y proveedores es primordial; por lo anterior se promueve la igualdad y la no discriminación hacia las diferentes culturas, razas, estratos sociales, religiones, géneros, ideologías políticas, edad u orientación sexual de nuestro entorno. Sin embargo, la empresa no prestará sus instalaciones para llevar a cabo eventos religiosos o políticos que atenten contra la libre expresión.

3.4 Recursos Financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta

Las decisiones financieras tienen consecuencias directas sobre todas las áreas de la empresa, por lo cual es tan importante que estas sean las más acertadas. Los recursos financieros y las

relaciones con los empleados pueden ser influenciadas por estas decisiones. (Retos Directivos, 2014)

En cuanto la elaboración y divulgación del Código de Conducta **López Giraldo Ricardo - Troquelados y afines industriales S.A.S** hace en primera instancia donde la inversión no se recuperara en términos económicos sino en beneficios intangibles para el mejoramiento de la cultura organizacional y entorno laboral, lo cual se pretende que los colaboradores de la organización actúen bajo dicho código de conducta establecido y de su quehacer laboral y profesional basados en principios éticos y valores morales promovidos por la empresa , estos beneficios se verán reflejados en el clima laboral y la inclusión de los empleados en el mismo que marchan por un mismo fin , el Código de Conducta es un herramienta eficiente orientada a fundamentar los hábitos y valores para mejorar el ambiente laboral y beneficiar a la comunidad.

López Giraldo Ricardo - Troquelados y afines industriales S.A.S., el presupuesto de 2019 se destinará para la elaboración, presentación y divulgación del Código de Conducta Empresarial estipulado por el área de RR HH, con el único objetivo de socializarlo y concientizar a todos los empleados. De este se beneficiará todos los empleados y su impacto en el entorno en general será positiva enmarcando así una transformación empresarial en aras de mejorar las relaciones entre sus partes y brindar las pautas de conducta deseadas en la organización.

Tabla 6. Presupuesto código de conducta

Nombre de las cuentas	Tipo de cuenta	Total
Comisiones, honorarios y servicios	Gasto	\$100.000
Materiales y suministros (folletos)	Gasto	\$ 280.000
Divulgación y Comunicaciones del código (encuestas)	Gasto	\$ 50.000
Capacitaciones (refrigerios, material didáctico) talleres	Gasto	\$ 300.000
6		
TOTAL		\$ 730.000

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 6 se evidencia los recursos financieros y los precios, que se deben tener en cuenta para la implementación del Código de conducta.

4. STAKEHOLDERS

Los Stakeholders se definen como los actores tanto internos como externos, que son afectados por la actividad económica de la empresa y se dividen en dos categorías, los primarios que son los indispensables para el funcionamiento de una empresa y los secundarios que son aquellos que no participan directamente en las actividades de ésta, sin embargo, se ven afectados por ella.

LOPEZ GIRALDO RICARDO –TROQUELADOS Y AFINES INDUSTRIALES SAS define sus Stakeholders según su participación en la actividad económica, y se realiza la matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) permitiendo la clasificación de las partes interesadas de acuerdo a su nivel de interés y preponderancia sobre esta, facilitando la identificación de los que tienen mayor influencia y de esta forma plantear las estrategias que permitan gestionarlos de la forma adecuada.

4.1 Breve descripción de los Stakeholders

Se pueden identificar como los grupos de interés que corresponde a los Empleados, Entes Sociales, Entes Gubernamentales, Accionistas, Entidades Financieras, Proveedores y Comunidad, que son afectados positiva o negativamente por las decisiones y actividades de la empresa, entre ellos se pueden identificar dos tipos, los primarios que son los más importantes para el funcionamiento de la empresa y los secundarios, que de una forma no activa o no directa tienen una influencia sobre esta.

Grafico 3. Breve descripción de Stakeholders



En la gráfica 2 definimos cuales son nuestros Stakeholders primarios, como clientes, directivos, proveedores y trabajadores, y los secundarios que son, grupos de interessocial, opinión pública, comunales ambientales, etc

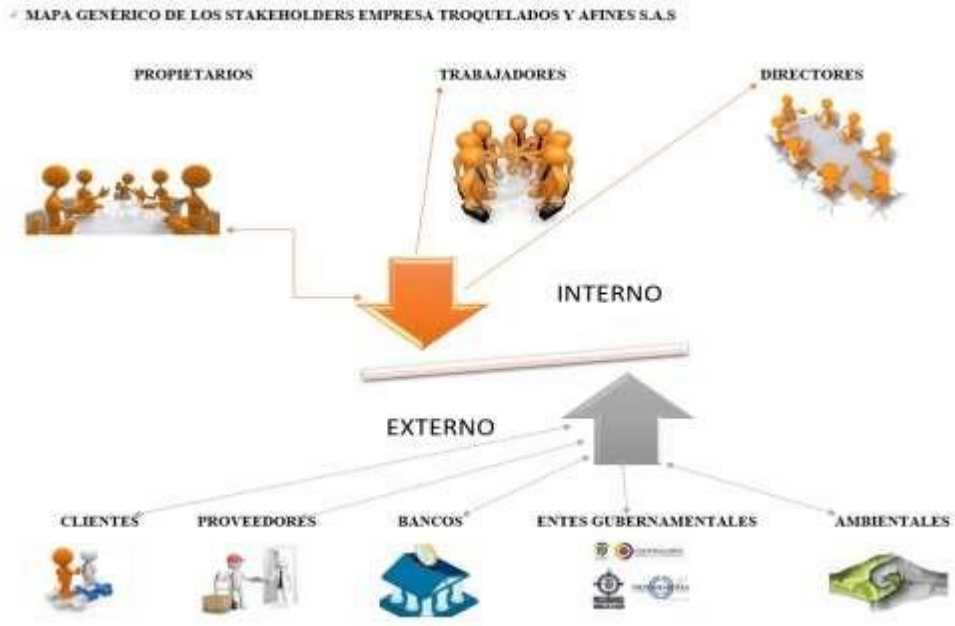
4.2 Mapa genérico de Stakeholders de cada uno de los participantes

Grafico 4. Mapa Stakeholders Ana María Lopez



Mapa presentado por Ana Maria López M.

Grafico 5. Mapa Stakeholder Briyith Pardo



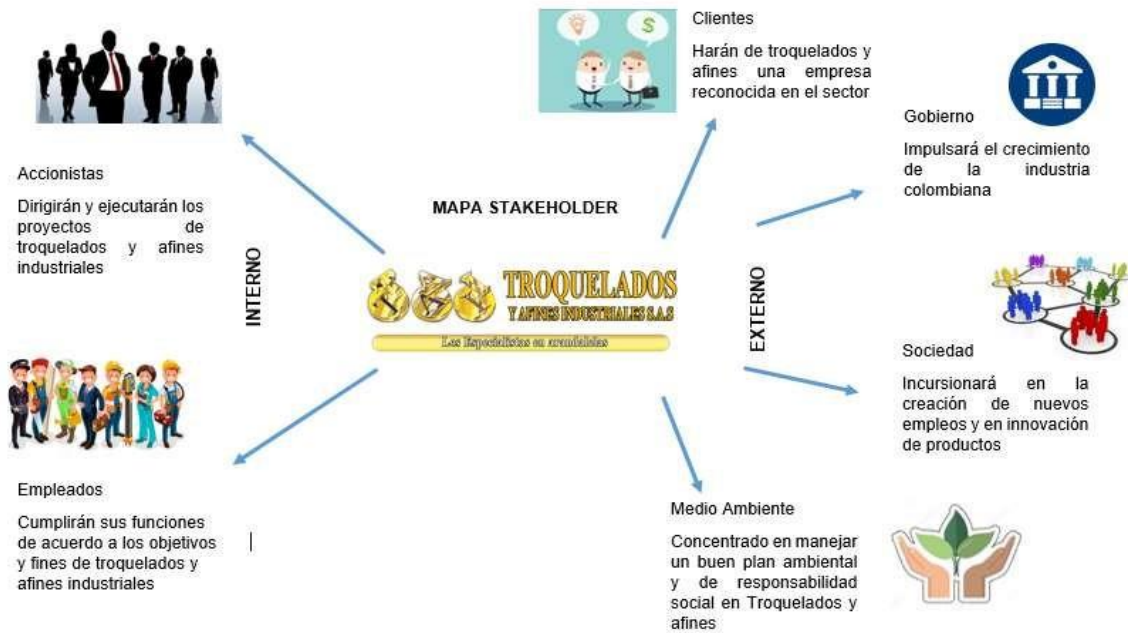
Mapa presentado por Briyith Pado

Grafico 6. Mapa Stakeholder Lucy Andrea Gomez



Mapa presentado por Lucy Gómez

Grafico 7. Mapa Stakeholders Laura Rojas



Mapa presentado por Laura Rojas

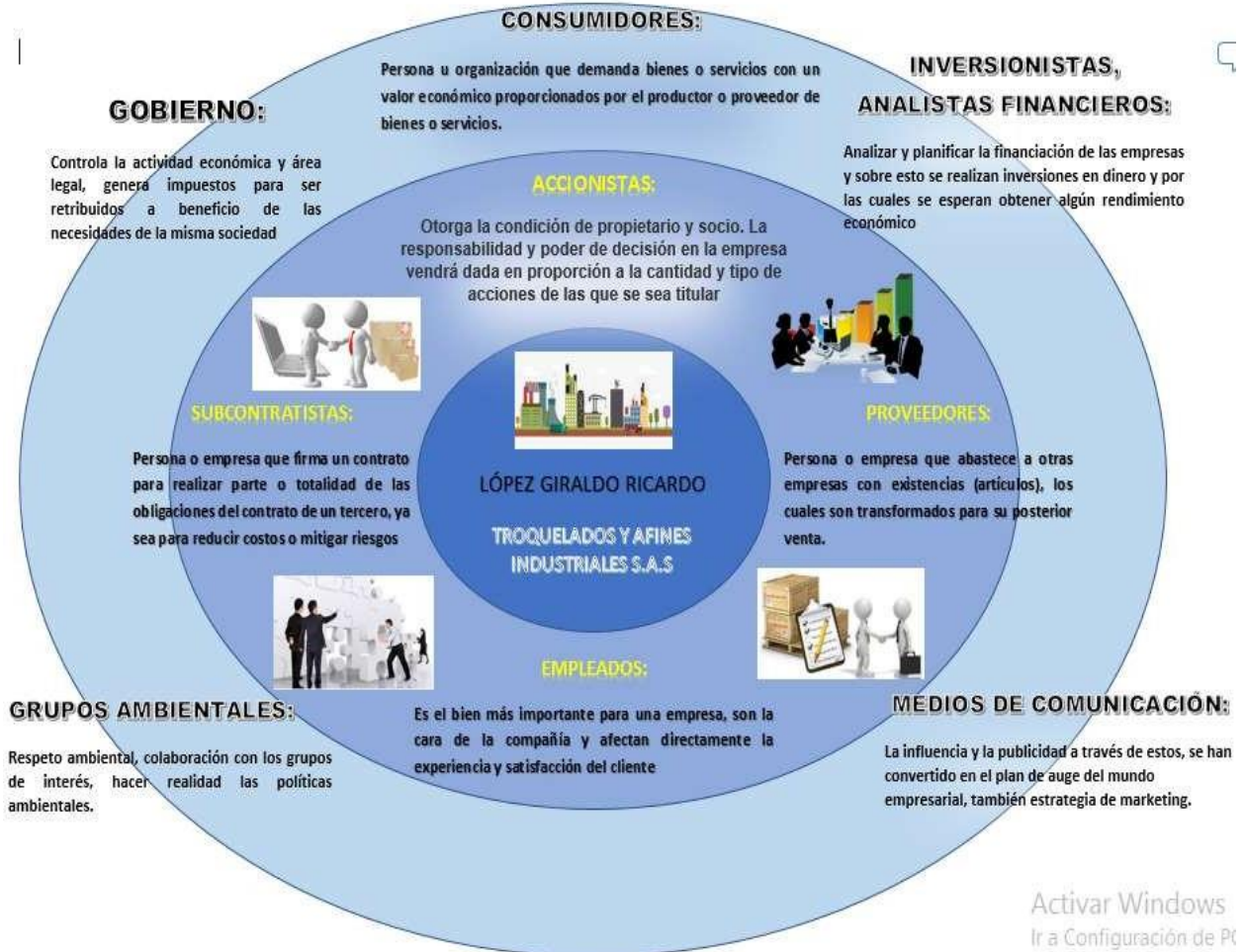
Grafico 8. Mapa Stakeholders Julio Antonio Torres



Mapa presentado por Julio Torres

4.3 Mapa Genérico Seleccionado con la respectiva explicación

Grafico 9. Mapa Genérico de Stakeholders Elegido



En el mapa de los Stakeholders se identifican los diferentes grupos de interés o partes interesadas, los cuales tienen influencia en la actividad económica de López Giraldo Ricardo, siendo estos actores influenciadores en las decisiones que la empresa tome. En este mapa se identifica a las partes interesadas, así:

Internos.

Los Empleados y directivas: Principal activo de la empresa, la administración debe crear políticas de crecimiento, motivación, promoción, remuneración y actividades que trasciendan hacia un espíritu de pertenencia por la empresa.

Los Accionistas: Que para el caso de la empresa López Giraldo Ricardo, corresponde al propietario, quien ha colocado su inversión para generar riqueza y las directivas deben tener presente esta parte interesada en las estrategias que se desarrollen para mejorar la rentabilidad.

Los Subcontratistas: Corresponden a las personas que realizan trabajos a nivel interno, que no tienen contrato directo con la empresa; hacia este grupo de interés se deben crear acciones para que actúen siempre bajo las políticas de la empresa.

Externos.

Los Clientes o consumidores: Este grupo de interés espera recibir de parte de la empresa, productos puedan satisfacer sus necesidades frente a calidad, precio, tiempos de entrega y servicios postventa; a su vez la empresa crea las estrategias para que este grupo sienta fidelidad y confianza frente a los productos y servicios de Lopez Giraldo Ricardo.

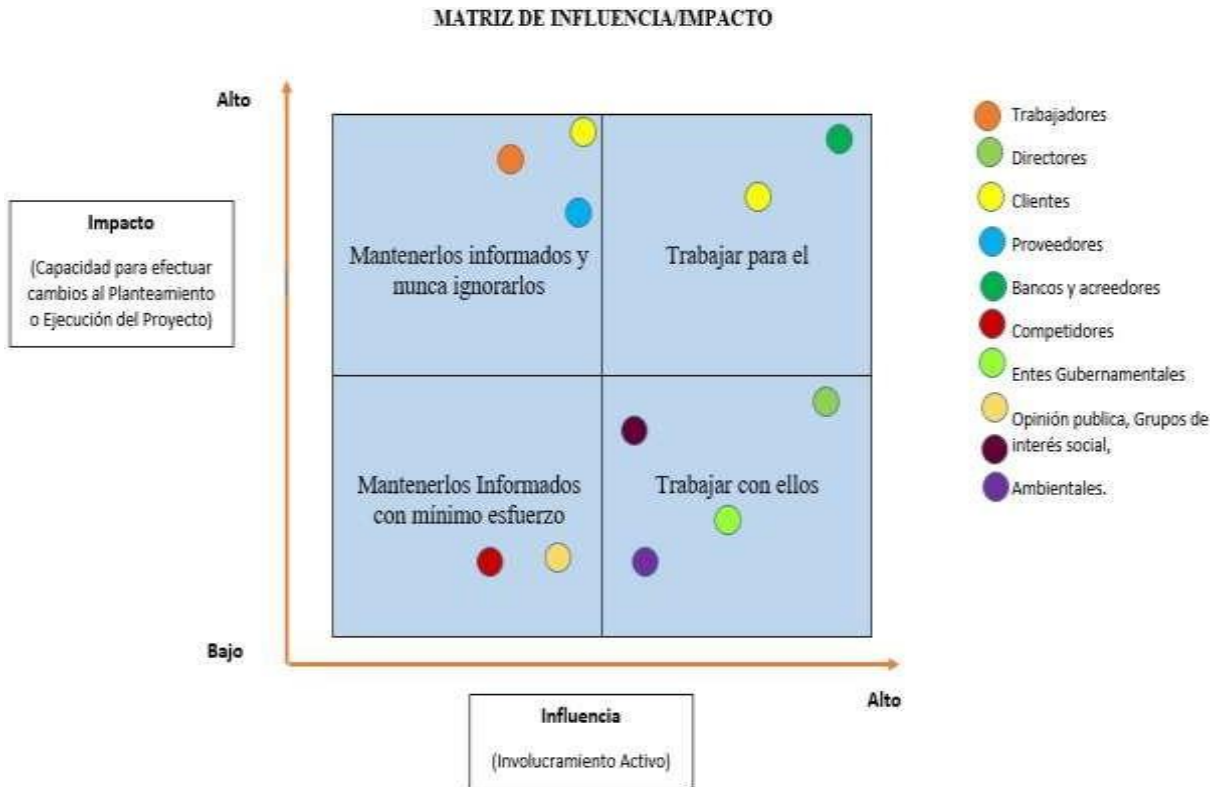
Gobierno: este grupo de interés espera que la empresa cumpla los lineamientos en materia tributaria, legal y que su impacto frente al medio ambiente sea amigable y mejore la calidad de vida en su entorno.

Inversionistas y Analistas Financieros: Esperan una mayor información financiera de la empresa, así como también la compensación derivada de los créditos realizados y el cumplimiento del pago de estos.

El papel de la función administrativa de la empresa López Giraldo Ricardo, es muy importante para la creación de las estrategias necesarias y la toma de decisiones que mantengan satisfechas a todos los grupos de interés, desarrollando políticas que impacten positivamente a los mismos.

4.4 Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre la empresa seleccionada y los Stakeholders (actores) identificados.

Grafico 10. Matriz de Relación influencia vs Impacto



En la matriz de Influencia/Impacto, podemos comparar la influencia e impacto que tienen los Stakeholder de la empresa López Giraldo Ricardo; en la misma podemos observar la importancia que tiene los clientes, proveedores, competidores, propietarios y directivos, debido a que tienen una gran influencia para el desarrollo de la actividad de la empresa.

5. PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

5.1 Plan de Responsabilidad Social Empresarial para López Giraldo Ricardo-Troquelados y Afines Industriales

El plan de responsabilidad social empresarial, se realiza a través del diligenciamiento del formato sugerido, estableciendo sus diferentes impactos a nivel social, económico, y ambiental, identificando los stakeholders implicados, los objetivos, estrategias, recursos, plazos, indicadores y seguimiento; adicionalmente, se presenta el plan de comunicaciones donde se establecen políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar en la empresa y finalmente sus modelo de gestión IQNet SR10, el cual indica los requisitos necesarios para la implementación de un sistema de gestión que controle la actividad de la responsabilidad social empresarial comprometiéndose con el desarrollo sostenible.

Tabla 7. Planes de Responsabilidad Social Empresarial Troquelados y afines Industriales S.A.S

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL -LOPEZ GIRALDO RICARDO -TROQUELADOS Y AFINES INDUSTRIALES							
DIMENSION	STAKEHOLDERS	OBJETIVO	ESTRATEGIA	PLAZO	RECURSOS	INDICADOR	SEGUIMIENTO
					(FISICOS, HUMANOS Y		

TECNICOS									
ECONOMICA	1. Empleados / Directivos	1.1 Aumentar la productividad de los trabajadores, mejorando sus competencias, con el fin de disminuir la rotación y a su vez incrementar las ventas.	1.1.1. Realizar el Plan de Aprendizaje y Desarrollo de acuerdo con las funciones de los trabajadores.	2 meses, 1 sesión por semana	Físicos: 1 salón para 18 personas, Refrigerios, esferos, libretas de apuntes	Humanos: 1 capacitador técnico y Empleados y Directivos facilitan los recursos	Técnicos: 1	<p>Indicador 1 Efectividad: # Cantidad Fabricada por día / # Cantidades Meta por día *</p> <p>Indicador 2 Eficiencia: # pedidos entregados por semana / # pedidos meta</p>	<p>Después de recibir la capacitación transcurridos los dos meses, cada semana se realizará revisión de las minutas de producción y de los informes de entrega de pedidos a los clientes.</p>



			video Beam, 1	por semana *	
			Portátil,	100	
			Disponibilidad		
			de tiempo		
			Físicos:		
1.2 Mejorar el	1.2.1. Elegir un	1 mes	Ubicación	Indicador	Se realizará
manejo de los	administrador		física del	Eficiencia:	evaluación mensual
recursos	financiero con las		cargo,		hasta cumplir tres
financieros.	capacidades para		escritorio,	Fecha de	meses y decidir si
	llevar a cabo esta		computador,	requerimiento	la persona cumplió
	función a		teléfono,	persona / fecha	con lo requerido
	plenitud.		manual de	de	para el cargo
			funciones	contratación	
			Técnico:		
			Colocar		
			solicitudes del		



cargo en una

empresa de

Talento

Humano

Humano: 1

Directivo para

escoger a la

persona

adecuada

Físicos:

1.2.2. Establecer 2 meses

las políticas para

el uso del recurso

financiero.

Insumos de

papelería

Humanos:

Administrador

Financiero

Indicador 1

Financiero:

políticas

establecidas / #

políticas

Mensualmente se

revisará si las

políticas se están

cumpliendo.



		Técnicos:	cumplidas
		Equipo	*100
		Computo y	
		Software	
		Administrativo	
		y Contable	
		(SIIGO)	Indicador 2
1.2.3. Establecer			
los presupuestos	2 meses		Económico: Mensualmente la
requeridos para el			Valor dirección realizará
funcionamiento			Presupuesto el seguimiento
de la empresa			Establecido /
			Valor real
			gastado * 100,
			nos brinda el
			% de
			cumplimiento
			frente a



			presupuestos de gastos, compras, pagos a proveedores
		Físicos:	
1.2.4. Realizar y revisar de manera periódica los Estados Financieros para tomar decisiones de inversión y/o créditos.	2 meses	Insumos de papelería Humanos: Administrador Financiero Técnicos: Equipo Computo y Software Administrativo y Contable	Indicadores Financieros: Fecha requerida informe / Fecha de Entrega de Informe Mensualmente, se revisaran por parte de la Administración

(SIIGO)

2. Clientes o Consumidores	2.1. Alcanzar altos niveles de satisfacción del cliente.	2.1.1. Medir el nivel de satisfacción de los clientes mediante la aplicación de encuestas.	3 meses	<p>Físicas: Instalaciones, Diseño de Encuestas de satisfacción, Papelería, transporte</p> <p>Humanos: Asistente de Servicio al cliente</p> <p>Técnicos: Computador, Celular, acceso a correo electrónico, acceso a redes</p>	<p>Indicador efectividad: # de encuestas aplicadas o enviadas / # de encuestas respondidas</p>	<p>Cada seis meses se aplicarán las encuestas para medir el nivel de satisfacción del cliente</p>
-----------------------------------	--	--	---------	---	---	---



				sociales		
	2.1.2. Mejorar los tiempos de respuesta al cliente.	2 meses		<p>Físicos: Insumos de Papelería</p> <p>Humanos: Asistente de Servicio al cliente</p> <p>Técnicos: Computador, Celular, Software Cotizador, acceso a correo electrónico, acceso a redes sociales</p>	<p>Indicador Calidad 1: # solicitudes contestadas / # solicitudes generadas por los clientes *</p> <p>100</p>	<p>Mensual, a través del informe de servicio al cliente</p>
	2.2. Incrementar la participación en el	2.2.1. Ampliación de la oferta de	12 meses	<p>Físicos: Ubicación</p>	<p>Indicador de</p>	<p>Mensual a través</p>

	mercado.	productos que complementen el negocio, realizando alianzas con proveedores o fabricantes de productos complementarios.		física del cargo, escritorio, computador, teléfono, manual de funciones del cargo	Economía : Ventas Año Corriente / Ventas Año anterior * 100 = % crecimiento en ventas	del informe de ventas
		2.2.2. Incrementar las visitas a Clientes prospecto, contratando un vendedor especializado	6 meses	Directivo para escoger a la persona adecuada para Vendedor	Indicador de Economía: ventas realizadas / Presupuesto de ventas * 100 = % cumplimiento	Mensual a través del informe de ventas.
	2.3 Mejorar la gestión de recaudo con el fin de aumentar el flujo de	2.3.1. Establecer la política de cartera donde se establezca el %	1 mes	Físicos: Insumos de papelería Humanos:	Indicador Economía: Cartera	Mensual a través del informe de cartera



	caja	descuento financiero por pronto pago o en su defecto el cobro jurídico		Negociar con clientes, Asesoría Jurídico Técnicos: Software contable	recupera / cartera total * 100 = % Cartera recuperada	
		2.3.2. Negociar con los bancos las facturas de los clientes por medio del factoring	6 meses	Físicos: Facturas firmadas por clientes. Técnicos: Bancos	Indicador Economía 3: Ingresos - Egresos = \$ positivo Flujo de caja Positivo	Semestralmente se envía informe al banco
3.Proveedores	3.1. Fortalecer la relación comercial con los proveedores con el fin de bajar los costos,	3.1.1. Establecer la política de compras en donde se extienda la responsabilidad social	1 mes	Físicos: Insumos de Papelería, 1 salón de reuniones Humanos:	Indicador de Eficiencia: # políticas cumplidas / # políticas establecidas =	Semestralmente Se realizará una verificación y revisión de la política de compra.



manteniendo la buena calidad y mejorando los plazos de pago bajo una negociación de mutuo beneficio

empresarial, dando prioridad a aquellos proveedores que promuevan el comercio justo, el cuidado de su entorno al igual que fomentar los derechos humanos.

3.1.2. Evaluar a los proveedores actuales en términos de Tiempo de Entrega, Calidad, precio y cumplimiento de la Política de RSE

2 meses

Líder de Logística, Líder Administrativa
Técnicos: 1 computador, software administrativo (SIIGO), tiempo

Físicos: Órdenes de Compra o Proveedores, Papelería
Humanos: 100

Líder de logística, proveedor,
Técnicos: Computador,

% De cumplimiento
Indicador de Efectividad: Se realizará evaluación de proveedores cada dos meses
de pedidos sin problemas / # de pedidos generados *

Acceso a
Correo
Electrónico

4. Bancos y acreedores	4.1 Afianzar los vínculos con los bancos y entidades financieras	4.1.1. Presentar plan de negocio ante los bancos y así obtener un crédito para capital de trabajo	2 meses	<p>Físicos: Papelería, Documentos legales requeridos por entidad financiera copias de declaración de renta, formularios de estados financieros</p> <p>Humanos: Líder Administrativa y Financiera</p>	<p>Indicador Económico: Fecha entrega documentos / fecha de respuesta del banco</p>	<p>En dos meses se realizará verificación del manejo del crédito obtenido</p>
-------------------------------	--	---	---------	--	--	---



Técnicos:

Computador,
Software

<p>5. Subcontratistas</p>	<p>5.1. Disminuir los riesgos en términos de económicos y laborales, consolidando la Política de Responsabilidad Social Empresarial</p>	<p>5.1.1. Concientizar a los contratistas sobre la importancia de estar afiliados al Sistema de Seguridad Social, lo que disminuirá</p>	<p>1 mes</p>	<p>Físicos: Salón de reuniones, refrigerio, libretas de apuntes</p> <p>Humanos: 1 capacitador</p>	<p>Indicador Efectividad: # subcontratistas capacitados / # Subcontratistas Invitados *</p>	<p>Mensualmente se exigirá y se verificará el soporte del pago de la PILA</p>
----------------------------------	---	---	--------------	---	---	---

		los riesgos por ausencias laborales en términos económicos		del sistema	Subcontratista #	Subcontratistas
					Técnicos:	afiliados / #
				Video Beam		subcontratistas
				Información		capacitados *
				sobre el sistema,	100	
				Computador		
6. Accionista / Propietario	6.1. Mejorar la utilidad de los productos.	6.1.1 Delegar en el área financiera, comercial, logística y administrativa la implementación de una política para el cálculo de precios con el fin de conocer la realidad de las utilidades y de esta forma mejorarlas.	2 meses	Físicos:	Indicadores Económicos:	Mensualmente en reunión gerencial Se verificarán los informes Financieros reflejados en balance y Estado de pérdidas y ganancias
				Implementos de papelería, Oficina para reuniones	Margen Neto de Utilidad =	
				Humanos:	Utilidad neta /	
				Líder Comercial,	Ventas netas	
				Líder Administrativa	Margen Bruto de Utilidad =	
				y Administrador a Financiera.	Utilidad bruta /	
				1 capacitador	Ventas netas	
					Margen	



			especializado en costos para empresa manufacturera.	Operacional de Utilidad = Utilidad Operacional / Ventas netas
			Técnicos: Computador, Programas para cálculo de los precios.	Rentabilidad del patrimonio = Utilidad neta / Patrimonio
7. Gobierno	7.1. Cumplir con los compromisos tributarios correspondiente a Impuestos, Pago de Seguridad Social y Cámara de Comercio	7.1.1. Mantener la información contable y tributaria al día.	Físicos: Implementos de papelería, Archivo físico y digital	Indicador: Fecha información entregada / Fecha información requerida
		7.1.2. Abrir una cuenta fiduciaria con el fin de guardar el dinero que se provisiona	Humanos: Administrador a Financiera, Contadora	Indicador: Ventas mensuales *
			Técnicos: Software SIIGO, Información	1.19 = IVA Mensualmente se trasladará el dinero correspondiente a los impuestos para provisionarlos

DIMENSION	STAKEHOLDERS	OBJETIVO	ESTRATEGIA	PLAZO	RECURSOS (FÍSICOS, HUMANOS Y TECNICOS)	INDICADOR	SEGUIMIENTO
			para los Impuestos		contable, apertura de cuenta		
SOCIAL	1. Empleados / Directivos	1.1. Implementar el sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo (SG-SST), asegurando el cumplimiento de las normas mínimas establecidas por el Sistema General de Riesgo Laborales para los empleados.	1.1.1. Desarrollar un proceso lógico y por etapas, teniendo en cuenta la mejora continua, para lo cual se incluirá, la organización, la planificación, la aplicación, la evaluación, la auditoria y las acciones de	24 meses según la ley 1562 del 2012	Físicos: Auditorio Sillas Proyector de video Computador Esferos Hojas (evaluación, talleres) Refrigerios Humanos: Todos los	1. Indicadores de días sin accidentes laborales. 2. % Cumplimiento de la normatividad 3. Indicadores de inasistencia a capacitaciones. 4. Indicadores	A partir de los resultados obtenidos en las evaluaciones de las capacitaciones de los empleados, analizar cada 3 meses los primeros 3 días del mes fecha calendario, si la compañía está cumpliendo con las actividades para el

1.2. Implementar el SG-SST para gestionar la prevención de accidentes y enfermedades laborales, dándole prioridad a las lumbares, ergonómicas y demás riesgos identificados, involucrando al personal para que realice las acciones adecuadas.

mejora con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar la máxima de riesgos que puedan afectar la seguridad y la salud en los espacios laborales, la cual constará de 5 fases.

Fase 1

1.3. Establecer los Comités de primera mano las normas vigentes para el SG- SST, involucrando a las

Evaluación Inicial.

Fase 2. Plan de mejoramiento conforme a la evaluación inicial.

Fase 3.

trabajadores. Directivos Administradores de Riesgos Laborales. Las personas de Universidades. Personal de Cámara y Comercio **(capacitaciones gratuitas)**

Técnicos:

Software especializados en conteo y evaluación. Videos explicativos. Acceso a internet

de capacitaciones hechas. mejoramiento de su condición de trabajo

partes interesada y la conformación del Copasst-Comité de Convivencia y Brigada de Emergencia	Ejecución Fase 4 Seguimiento y plan de mejora. Fase 5. Inspección Vigilancia y Control para los estándares de nuestra empresa que son de 18 empleados con riesgo IV o V se realizaran: a. Asignar los recursos tanto económicos, físicos, humanos y técnicos para el buen funcionamiento del sistema	Cursos de capacitación Virtual 50 horas Plataformas tecnológicas.
---	---	---

- b. capacitación de los miembros Copasst.
- c. Cronograma de inducciones y capacitaciones para el año
- d. Inducción y reinducción en SST.
- e. Curso virtual de capacitación de 50. Horas en SG-SST para los miembros de Copasst.

<p>2. Entes Gubernamentales y opinión Pública.</p>	<p>2.1. Garantizar el acceso a los servicios de salud afiliando a todos los empleados como exige la ley en las EPS</p>	<p>2.1.1. Se Garantizará que el 100% de los empleados estén cubiertos en la actualidad a la seguridad social y</p>	<p>1. 6 meses para implementación de cada una de las</p>	<p>Físicos: sala de Juntas, computadores, sillas, documentación pertinente, formatos</p>	<p>1. Porcentaje de personas vinculadas actualmente en las EPS. 2. Control de</p>	<p>Se realizará seguimiento cada 15 días fecha calendario por medio de conteos y reuniones enfatizadas en la</p>
---	--	--	--	---	---	--

<p>(Entidades Promotoras de Salud) con las que el empleado desee, actualmente la empresa está afiliada a Salud Total, Sanitas, Cruz Blanca, Famisanar.</p> <p>2.2 Optimizar el uso de los recursos y mejorar la calidad de los servicios que prestan a los empleados según lo instaurado por el Ministerio de Salud.</p> <p>2.3. Garantizar la afiliación al Sistema de Salud obligatorio para todos los</p>	<p>de Salud cumpliendo con los requisitos obligatorios.</p> <p>2.1.2. Organizar la forma y mecanismos que permitan el acceso de los afiliados y sus familiares a los servicios de las EPS.</p> <p>2.1.3. Implementar los procedimientos requeridos por el Sistema de Gestion – SST, con el fin de garantizar el acceso de los afiliados</p>	<p>estrategia solicitados por las Eps</p> <p>s</p> <p>2. 12 meses para la implementación del plan anual de acción de prevención de riesgos profesionales.</p> <p>ales.</p>	<p>personal De Recursos humanos de la empresa, Asesores comerciales de las entidades promotoras de Salud. Directivos Gerente Administrativo .</p> <p>Técnicos:</p> <p>videos, páginas web de entidades de salud.</p>	<p>Ausencias por incapacidades.</p> <p>3. Cumplimiento de las normas establecidas por la compañía con la normatividad según la Política Nacional de prestación de servicios de salud.</p> <p>5. Conteo y seguimiento de los pagos legales para las Eps.</p> <p>6. Visitas realizadas por</p>	<p>revisión de contratos y afiliaciones de empleados y familias, determinando los requisitos cumplidos por la compañía.</p>
--	---	--	---	--	---



	<p>trabajadores, incluyendo a sus beneficiarios, socializando sobre los porcentajes que la empresa descuenta por este rubro.</p> <p>2.4 Implementar dentro del Sistema de Gestión -SST el plan correspondiente a la prevención de accidentes y detección de riesgos laborales implicados en la actividad de la empresa</p> <p>2.5 Establecer los puntos que serán verificados para el</p>	<p>cotizantes en caso de enfermedad laboral y por otra parte el cubrimiento para sus beneficiarios.</p> <p>2.1.4. Solicitar reuniones con cada una de las EPS contando con un Asesor comercial personalizado, buscando solución a los requerimientos quejas o reclamos de los usuarios trabajadores de la empresa y así mejorar la atención integral,</p>	<p>los comerciales encargados de las Eps.</p>
--	---	---	---

		seguimiento y la evaluación con el fin de identificar las acciones correspondientes a mejorar la salud y prevenir riesgo.	eficiente, oportuna y de calidad en los servicios prestados.				
AMBIENTAL	1. Directivos	1.1 Concientizar sobre el cuidado ambiental con el fin de disminuir el impacto hacia el entorno.	1.1.1 Implementar un cronograma para la capacitación en el tema ambiental, donde se sensibilice y se permita la participación de los empleados y los directivos, involucrando a las partes interesadas.	Mensual	Físicas: Libreta de apuntes, esferos, salón para capacitaciones Refrigerios. Humanos: 1 capacitador del SG -SST Empleados Directivos Proveedores Accionistas Comunidad	Indicador 1: # de capacitaciones realizadas / # capacitaciones convocadas Indicador 2: # empleados capacitados / # total de empleados	Mensualmente Se elaborarán programas donde el encargado de su cumplimiento es la parte administrativa, acordando fechas para la entrega de actividades incentivando la participación de los empleados

Técnicos:

Sistema de
Gestión de
Seguridad y
Salud en el
Trabajo.

Equipo de
computación y
comunicación
Video Beam.

2. Empleados	2.1 Reducir el consumo de servicios públicos.	2.1.1 Llevar el control sistemático del consumo de agua, de energía, con el fin de optimizar su uso	Mensual	<p>Físicos: Recibos servicios, papelería</p> <p>Humanos: Participación de todos los empleados Técnicos: Computador, programa donde se lleva</p>	<p>Indicador consumo de Servicios públicos 1. Consumo <u>Actual /</u> Consumo meta = % cumplimiento</p>	Mensualmente se revisará el consumo en servicios públicos para así controlarlo
---------------------	---	---	---------	---	---	--

			el control consumo.	Indicador consumo de Servicios públicos 2. Valor total de consumo de servicios públicos / total de personas que laboran en la empresa.	Mensualmente
	2.1.2. Fijar metas de consumo por persona que labora en la compañía, para generar menor impacto en los recursos naturales	Mensual			
2.2 Implementar técnicas de reciclaje.	2.2.1. Gestionar los residuos adecuadamente, por medio de los centros de acopio o canecas debidamente marcadas para la separación de estos.	Mensual	Físicos: 2 centros de acopio (Canecas para separar residuos, marcadas con los tipos de residuos).	Indicador residuos producidos 1. Peso kg. Total de materia prima óptima para proceso / peso kg total de residuos reciclables *	Mensualmente Se verificará la matriz de reciclaje para para observar la optimización de cada uno de los procesos de la materia prima, identificando los



Humanos: 100 = % de focos de
1 capacitador los residuos desperdicios,
del Sistema de podrán ser contaminación y
Gestión de aprovechados sobre costos de
Seguridad y para otras producción
Salud en el finalidades
Trabajo. industriales.
Disponibilidad
de empleados, -Peso total de
directivos materia prima
Técnicos: óptima para
Programas de proceso / peso
reciclaje. total de
Computador, **residuos no**
Matriz para **reciclables ***
llevar los 100 = % de los
indicadores de residuos que
reciclaje deberán ser
inspeccionados
y desechados
en lugares
adecuados.

<p>3. Proveedores</p>	<p>3.1 Concientizar a los proveedores sobre la importancia de reducir el impacto ambiental en el entorno</p>	<p>3.1.1. Realizar capacitaciones sobre protección del medio ambiente</p>	<p>Trimestral</p>	<p>Físicos: Salón capacitaciones, Papelería, Refrigerios Humanos: 1 Capacitador, Proveedores, Administración Técnicos: Computador, Video beam</p>	<p>Indicador 1: # de proveedores asistentes a capacitación / # proveedores invitados Indicador 2: # proveedores que han realizado cambios positivos / # proveedores capacitados</p>	<p>Cada tres meses</p>
<p>4. Accionistas</p>	<p>4.1 Crear valor social de la empresa para ser sostenible en el tiempo</p>	<p>4.1.1 Implementar las actividades de Marketing social que beneficien a todos los actores o stakeholders quienes a su vez</p>	<p>Timestral</p>	<p>Físicos: Catálogos físicos sobre como proteger el medio ambiente, Encuestas,</p>	<p>Indicador: # de participantes / # actividades realizadas</p>	<p>Cada tres meses se realizarán la verificación de las actividades y su efectividad a través de encuestas</p>



		tendrán una imagen positiva de la empresa, verificando a través de encuestas su efectividad			Refrigerios, Salón para actividades Humanos: 1 capacitador u orientador para actividades, Actores implicados Técnicos: Computador, video beam, Material didáctico	
5. Comunidad	5.1. Reducir la contaminación auditiva.	2.3.1. Reducir el nivel sonoro de las maquinas utilizando implementos en las paredes que cubren la planta de producción que ayuden a	Semestral	Físicos: Plegables de aluminio para la implementación de los cerramientos, Humanos: 1 persona para	Indicador Medición actual de desiveles de ruido al exterior / medición	Mensualmente se realizará el seguimiento de la medición de ruido.

	<p>minimizar el ruido y reducir el nivel de emisión hacia el exterior.</p>	<p>instalación, Técnicos: materiales requeridos para el proyecto que no sean inflamables</p>	<p>deseada de desiveles de ruido al exterior = reducción o incremento de desiveles</p>
--	--	---	--

FUENTE: Elaboración propia.

La tabla 7 Se evidencia las estrategias, los diferentes medios, organismos o entidades comprometidas para tener un mejor desarrollo de los objetivos, la divulgación y socialización con los cuales se puede poder en marcha el RSE

5.2 Plan de Comunicaciones a los interesados

A continuación, se presenta el Plan de Comunicaciones para las partes interesadas Stakeholders tanto internos como externos.

Tabla 8. Plan de Comunicación Stakeholders – López Giraldo Ricardo – Troquelados y Afines Industriales

PLAN DE COMUNICACIÓN STAKEHOLDERS- LOPEZ GIRALDO RICARDO- TROQUELADOS Y AFINES INDUSTRIALES			
DIMENSION	STAKEHOLDER	FRECUENCIA	MEDIO
ECONOMICA	Empleados – Directivos	Anual, para verificar el aprendizaje y el cumplimiento de las funciones de cada uno	Comunicaciones internas físicas y correos electrónicos
	Clientes	Semanal, para medir el nivel de satisfacción de los clientes mediante la aplicación de encuestas	Comunicaciones físicas, encuestas online, redes sociales y Brochures.
	Proveedores	Semestral, para verificar las políticas de precios que se diseñaron	Comunicaciones escritas y correos electrónicos
	Bancos	Mensual, para verificar y detallar la situación en la que se encuentra la empresa.	Comunicaciones escritas.
	Accionistas	Anual, con los accionistas y propietarios para verificar el comportamiento de las	Comunicaciones escritas y correos electrónicos.

		acciones.	
	Gobierno	Semestral, para conocer y actualizarse en las políticas o leyes que se den.	Comunicaciones externas, e-mail y redes sociales
SOCIAL	Empleados y Directivos	Mensual. Para verificar la evaluación y las acciones de mejoras en el proceso y los planes de mejoramientos de hábitos de vida para el bienestar de los trabajadores	Comunicaciones externas, e-mail y redes sociales
	Gobierno	Trimestral, para verificar si el 100% de los empleados están al día en la seguridad social y se les esté cumpliendo con lo determinado por el Ministerio de Trabajo	Comunicaciones escritas y correos electrónicos.
	Comunidad	Mensual, para poner en conocimiento la agenda de actividades que se llevarán a cabo durante el mes.	Correos electrónicos y redes sociales de la empresa.
AMBIENTAL	Empleados y Directivos	Bimestral, con el fin de verificar el cumplimiento del Programa de	Comunicaciones internas y correos electrónicos.

	capacitación en el tema ambiental ambiental	
Proveedores	Mensual, para verificar el cumplimiento en la utilización de los recursos suministrados a la empresa.	Comunicaciones internas y correos electrónicos.
Accionistas	Semestral, con el fin de verificar que las diferentes campañas se estén realizando de forma efectiva.	Informes y correos electrónicos.
Comunidad	Semestral, para verificar la efectividad en la utilización de las actividades programadas.	Comunicaciones escritas, correos electrónicos.

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 8 evidenciamos plan de comunicación stakeholders- López Giraldo Ricardo-troquelados y afines industriales S.A.S en sus diferentes dimensiones frecuencias y con los medios adecuados para su divulgación.

5.3 Modelo de Informe de Gestión Recomendado

El modelo de informe de gestión RSE que se recomienda es IQNet SR10, el cual constituye los parámetros para un sistema de gestión de la Responsabilidad Social en las organizaciones que se comprometen con la sostenibilidad y su mitigar su impacto en la sociedad, integrando las actividades operativas de la empresa, utilizando el ciclo PHVA, Planear, Hacer, Verificar y

Actuar de mejora continua adaptándose a diferentes modelos gerenciales, abordando los siguientes requisitos para hacer efectivo el plan de RSE:

- Reconocimiento de la empresa y su entorno
- Comprender las necesidades y lo que esperan los grupos de interés
- Tener un líder comprometido
- Política
- Roles, responsabilidades y autoridad de la organización
- Código de conducta
- Acciones para abordar los riesgos y oportunidades
- . Identificación y evaluación de asuntos
- Objetivos y planificación para lograrlos
- Requisitos legales
- Recursos y Competencia
- Toma de conciencia
- Comunicaciones e Informes
- Planeación control operativo
- Responsabilidades de Propietarios, accionistas, proveedores y empleados.
- Mejora continua

Para este caso en la empresa Lopez Giraldo Ricardo – Troquelados y Afines Industriales, este modelo IQNet SR10 permitirá abordar de manera íntegra la responsabilidad social dentro de la organización, asegurando que los grupos de interés o Stakeholders sean tenidos en cuenta, y de esta forma mejorar su competitividad y sostenibilidad. (Cerdá, 2012)

6. CONCLUSIONES

Presentamos el plan de responsabilidad social y económica, de la empresa LOPEZ GIRALDO RICARDO-TROQUELADOS Y AFINES INDUSTRIALES S.A.S, ya que la empresa está pasando por cambios estratégicos, para sí seguir actualizados en el mercado, con el fin de liderar el sector en que se desempeña, siendo socialmente una empresa responsable, se define con un fundamento ético, ya que se valoró y reconoció los riesgos e impactos que las decisiones que la empresa tiene sobre los stakeholders siendo plasmado con el código de Ética y se desarrollara con las actividades diarias de la compañía LOPEZ GIRALDO RICARDO-TROQUELADOS Y AFINES INDUSTRIALES S.A.S.

Los stakeholders de la compañía López Giraldo Ricardo - Troquelados y Afines Industriales S.A.S se definen como grupos o personas que representan elementos o interés medioambientales, sociales, productivos y administrativos que tienen incidencia directa o indirectamente, por el desempeño de las actividades desarrolladas de manera productiva por la empresa.

La investigación y formación de un código de conducta nos ayuda a definir la influencia de nuestro proceso en el comportamiento de nuestros colaboradores defendiendo la cultura ética y las políticas de nuestra empresa para que sean atendidas y aceptadas de la manera más cordial y comprometida para asumir esta responsabilidades plasmadas en el código de Ética y de esta manera buscar la integración , la armonía y obviamente la confianza entre los actores primarios y secundarios que intervienen en la compañía obteniendo y acoplado la responsabilidad y credibilidad social.

El diplomado de Profundización social en Gerencia Estratégica y Responsabilidad social empresarial nos ha permitido como estudiantes de Administración de empresas, desarrollar diferentes y acertadas capacidades que incorporan la práctica de responsabilidad social en cuales entorno laboral permitiendo de esta forma el incremento de la generación de valor en los sectores económicos, sociales, y ambientales conservando los lineamientos y direccionamientos éticos y sociales en todas las ramas de la sociedad misma.

7. BIBLIOGRAFIA

FASE 1

- Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 1. (p. 13-17) Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>
- Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. [N.p.]: ECU. (pp. 17-36, 91-116 y 253. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>
- Gutiérrez, E. (2010). Competencias gerenciales, habilidades conocimiento aptitudes, capítulo 2, 4, 6 y 7. Editorial ECOE. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10467058&ppg=9>
- Narrillos, R. (2013). Economía social: valoración y medición de la inversión social: método SROI. Madrid: Ecobook. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=858381&lang=es&site=eds-live>.
- Palacios, F., García, D. & Espasandín, F. (2014). Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión diagnóstico e impacto en la empresa. (pp. 11-28). Madrid, ES: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=4909723>
- Prieto, J. (2012). Gestión estratégica organizacional (4a. Edición). [N.p.]: Ecoe ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=547340&lang=es&site=eds-live>.

FASE 2

Arredondo, T., Villa, C. & De la Garza, G. (2014). Propuesta para el diseño de un código de ética empresarial basado en la ética kantiana. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a02.pdf>.

Carballo, R. (2005). Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación, capítulo 1. Ediciones Díaz de Santo. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4183836&tm=1510602265255>.

Corredor, C. (2013). Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. ed.). (pp. 206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>.

Fernández García, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial (figura 1). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2059/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>.

Fernández, R. (2011). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 48-50. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>.

Leyes que rigen a la Mipymes Colombianas. Recuperado de:

<http://www.mipymes.gov.co/publicaciones/9296/Leyes>

Lombana, J, G. S & otros. Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. edición). (pp.206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>.

Manual para elaborar códigos de Ética Empresarial (figura2). Recuperado de:

http://www.telefonica.com.ec/proveedores/pdf/Manual_para_Elaborar_Codigos_de_Etica_Empresarial.pdf.

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014). Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. Pág. 17-23, 30-31. Recuperado de http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf.

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014). Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. Pág. 17-23, 30-31. Recuperado de http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf.

Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. Recuperado de:

<http://www.mintrabajo.gov.co/relaciones-laborales/riesgos-laborales/sistema-de-gestion-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo>.

FASE 3

Braidot, N. (2014). *Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement (2a. ed.)*. (pp. 431-473). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=3224821&tm=1509917711503>

Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. (pp.36-47 y 229-235). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>

Narvæz, M. (2017). Teoría de los Stakeholders. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/14060>

Narvæz, M. (2018). Marketing Corporativo vs. Marketing social. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/18149>

Páramo, D. (2016). Una aproximación al marketing social. *Pensamiento & Gestión*. (pp. vii-xii).

Recuperado

de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=122029607&lang=es&site=eds-live>.

Schwalb, M., & García, I. (2013). Dimensiones de la responsabilidad social del marketing.

Utopía Y Praxis Latinoamericana, 18(63), (pp. 434-456). Recuperado

de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=108747713&lang=es&site=eds-live>

FASE 4

Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). *La administración pública de la responsabilidad social corporativa*. Capítulo 2. Recuperado de:

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>

Daniel Peña, D., Serra, A., & Ramón, J. (2017). Factores determinantes del conocimiento de la responsabilidad social empresarial en el sector hotelero del caribe colombiano. *Revista Ibero-Americana De Estrategia (RIAE)*, 16(2), 104-124. doi:10.5585/riae.v16i2.2475.

Recuperado de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=124369750&lang=es&site=eds-live>

De Paula, G., Ferraz, J. & Núñez, G. (2006). CEPAL. *Gobernabilidad*

corporativa, responsabilidad social y estrategias empresariales. (p. 22-46). Recuperado

de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1942/1/S309213P324_es.pdf

De la Cruz, C. & Fernández, J. (2016). *Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico*. (Spanish). *Empresa Y*

Humanismo, 19(2), 69-118. doi:10.15581/015.XIX.2.69-118. Recuperado

de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=117625019&lang=es&site=eds-live>

Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. Editorial ECU. (pp. 193-228). Recuperado de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>

Garzón-Ruiz, W., Acevedo-Guerrero, J. & Zárate-Rueda, R. (2014). *Estatus jurídico de la responsabilidad social empresarial (RSE) en Colombia*. *Dikaion*, 22(2). Recuperado de <http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490>

Ibarra, A. (2014). *Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano*. *Revista de Derecho*, (41), (pp. 51-82). Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&tlng=es.

Guioteca, (2011). *Que son los Stakeholders*. Recuperado de: <https://www.guioteca.com/rse/que-son-los-stakeholders/>

FASE 5

Braidot, N. (2014). *Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones*, capítulo 9. (pp.233-244). Editorial Ediciones Granica. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3186030&tm=1510595750380>

Braidot, N. (2014). *Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement*. (pp. 28-35, 431-473). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=10&docID=3224821&tm=1510419158573>

- Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. (pp.16-20). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>
- Cueto, C. & Cuesta, G. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. (pp. 33-38).Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4870250&tm=1510367839242>
- Dirección de Asuntos Económicos Multilaterales de DIRECON. Instrumentos de Responsabilidad Social (Santiago de Chile, 2013). Recuperado de <https://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2013/09/Instrumentos-de-Responsabilidad-Social-Empresarial-DIRECON.pdf>
- Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. Editorial ECU. (pp. 125-192, 237-246, 259-266). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>
- Indicadores de Rentabilidad Empresarial. Recuperado de: <https://mdc.org.co/principales-indicadores-de-rentabilidad-empresarial/>
- Malfitano, C. Arteaga, R. & Romano, S. (2007). *Neuromarketing: cerebrando negocios y servicios*, capítulo 9. (pp. 244-245). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3186030&ppg=1>
- Núñez, G. ONU, CEPAL. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. (2004). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. (pp. 19-21). Recuperado de : <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5779-la-responsabilidad-social-corporativa-un-marco-desarrollo-sostenible>

Modelos de Gestión de RSE. Recuperado de:

<https://prezi.com/03zbdq8mja2/modelos-de-gestion-de-responsabilidad-social/>.

ANEXOS

Video fase 3 LINK

A continuación se relaciona el link del video según lo solicitado en la guía, realizar un video de contextualización sobre RSE vs Marketing

<https://youtu.be/86W6aD9VQec>