

Plan de Responsabilidad Social Empresarial

Nueva EPS S.A.

Keila Dimelsa Solano Sierra

John William Fontecha

Oscar Enrique Ramírez

Karina Briceño Gil

Jesús Castillo Rincón

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela Ciencias Administrativas Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN

Administración de empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica Responsabilidad Social Empresarial

Julio 2019

Plan de Responsabilidad Social Empresarial

Nueva EPS S.A.

Grupo 101008A_612

Keila Dimelsa Solano Sierra

John William Fontecha

Oscar Enrique Ramírez

Karina Briceño Gil

Jesús Castillo Rincón

Maite Concepción Pertuz

Tutora

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela Ciencias Administrativas Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN

Administración de empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica Responsabilidad Social Empresarial

Julio 2019

Tabla de contenido

Lista de Tablas	4
Lista de figuras	5
Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	10
1. Nueva EPS S.A.	11
1.1. Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)	11
1.2. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial	12
1.3. Evaluación de desempeño	13
2. Código de Conducta.....	¡Error! Marcador no definido.
3. Stakeholders	30
3.1. Breve descripción de los Stakeholders	32
3.2. Breve descripción de la matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre la empresa seleccionada y los Stakeholders (actores) identificados.....	32
4. Plan de responsabilidad social empresarial.....	33
4.2. Plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholders).....	549
4.3. Modelo de informe de gestión recomendado	59
5. Conclusiones	61
6. Bibliografía	62

Lista de Tablas

Tabla 1 Valores	11
Tabla 2 Formato de evaluación de Impacto Nueva EPS	14
<i>Tabla 3. Principales Indicadores</i>	¡Error! Marcador no definido.
<i>Tabla 4. Categorías iniciativas</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 5 Propuesta de código de conducta	¡Error! Marcador no definido.
<i>Tabla 6. Recursos financieros y decisiones de Inversión establecimiento código de conducta NUEVA E.P.S.</i>	24
Tabla 7 Presupuesto	25

Lista de figuras

<i>Ilustración 1. Principios administrativos</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
<i>Ilustración 2. Estructura Organizacional</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
<i>Ilustración 3 Mapa genérico Stakeholders</i>	28
<i>Ilustración 4 Matriz de relaciones</i>	29

Resumen

Debido a la interconexión que existe entre todos los países del mundo cada vez es mas complejo competir en los mercados de cada industria, es por esto por lo que las empresas deben buscar nuevas estrategias que le permitan ser indispensables en el mercado para cautivar mayores clientes, satisfacer las necesidades de su nicho de mercado y a su vez, solucionar problemáticas de su entorno por el impacto negativo que se pueda generar debido a sus actividades comerciales.

El presente trabajo busca como objetivo diseñar y ejecutar un Plan de RSE paraa la empresa NUEVA EPS S.A. con el fin de que se pueda identificar el direccionamiento estratégico de la compañía a través de una evaluación de desempeño organizacional, con el fin de obtener información de las principales problemáticas que aquejan a la empresa diagnosticada para poder así realizar cambios estructurales en su enfoque organizacional compuesto por misión, visión, valores corporativos y código de conducta. En base a ello realizaremos los cambios pertinentes para ejecutar el nuevo Plan de Responsabilidad Empresarial a través del análisis de Stakeholders de acuerdo a su nivel interno, medio o externo; análisis de la matriz de influencia e impacto que se encarga de observar el nivel de capacidad que los stakeholders ejercen sobre la empresa y viceversa.

El Plan de responsabilidad empresarial está compuesto por tres dimensiones muy importantes que son: económica, social y ambiental; las cuales buscan analizar los criterios para el diseño del plan. Para ello se debe seleccionar los Stakeholders que intervienen en cada dimensión para diseñar un objetivo estratégico que permita modificar actividades erróneas que está llevando a cabo la empresa y que afectan negativamente a las partes interesadas seleccionadas. Después de ello se establece un objetivo general y una estrategia que permita identificar el cambio estructural que debe ejecutar la empresa. Finalmente se analizan variables como el plazo en el que se realizará la estrategia, tanto el recurso humano, técnico, físico como el financiero que se requiere, el indicador que nos permitirá analizar los resultados obtenidos y el departamento encargado de realizar el seguimiento al cumplimiento de las obligaciones y obtención de objetivos.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, grupos de interés, código de conducta, influencia, impacto.

Abstract

Due to the interconnection that exists between all the countries of the world it's increasingly more complex to compete in the markets of each industry, this is why companies must seek new strategies that allow them to be indispensable in the market to captivate larger customers, meet the needs of your market niche and, in turn, solve problems in your environment due to the negative impact that can be generated due to your commercial activities.

The present work aims to design and execute a Corporate Social Responsibility Plan for the company NUEVA EPS S.A. in order to be able to identify the strategic direction of the company through an organizational performance evaluation, in order to obtain information on the main problems that afflict the company diagnosed in order to make structural changes in its composite organizational approach by mission, vision, corporate values and code of conduct. Based on this, we will make the pertinent changes to execute the new Corporate Responsibility Plan through the analysis of Stakeholders according to their internal, medium or external level; analysis of the impact and impact matrix that is responsible for observing the level of capacity that stakeholders exercise over the company and vice versa.

The Corporate Responsibility Plan is composed of three very important dimensions: economic, social and environmental; which seek to analyze the criteria for the design of the plan. To do so, the Stakeholders involved in each dimension must be selected to design a strategic objective that allows erroneous activities that are being carried out by the company to be modified and that negatively affect the selected stakeholders. After that, a general objective and a strategy is established to identify the structural change that the company must execute. Finally, variables such as the term in which the strategy will be carried out, the human, technical, physical and financial resources required are analyzed, the indicator that will allow us to analyze the results obtained and the department in charge of monitoring compliance with the obligations and obtaining objectives.

Key words: Corporate Social Responsibility Plan, stakeholders, Code of conduct, Influence, Impact.

Introducción

En la era de Globalización las empresas cada vez son más competitivas y eficientes porque sistematizan sus operaciones permitiendo que cada vez sean más óptimas y que satisfagan las necesidades de sus Stakeholders, gracias a esta búsqueda de perfeccionamiento las empresas establecen métodos gerenciales que se acoplen a sus necesidades y al tipo de empresa con el fin de estandarizar los procedimientos de servicio hacia sus usuarios. Así mismo, es de vital importancia que las empresas acoplen un código de conducta empresarial el cual se convierta en su guía para cumplimiento de altos estándares en calidad de sus servicios y cumpliendo con su normatividad reguladora en el país donde opera.

Actualmente se está ejecutando en las grandes empresas un código de conducta enfocado hacia la Responsabilidad Social Empresarial en el cual intervengan modificaciones en todas las áreas de las empresas que incluyan a todas las partes tanto internos como externos de la compañía y que se den solución a problemáticas trascendentales en los ámbitos social y ambiental los cuales se están viendo afectados por el impacto negativo en las actividades de la empresa.

El Plan de RSE de la Nueva EPS S.A. está diseñado en cada una de sus dimensiones económica, social y medioambiental; centrando sus objetivos y metas en el fortalecimiento de la relación de la empresa con sus grupos de interés, así como también siendo el elemento esencial en la planeación estratégica de cada uno de sus procesos.

La responsabilidad social en empresa Nueva EPS es la estrategia que ayuda a identificar todas las actividades desarrolladas y su afectación directa en todos los grupos de interés tanto a nivel interno con los empleados como su entorno, la empresa Nueva EPS basa su plan sincronizando dichas actividades con los objetivos establecidos en el campo social, económico y ambiental. Tiene claro que su continuidad se fundamenta en la satisfacción de los anhelos de todas las partes interesadas, especialmente en la comunidad

Para Nueva EPS es importante caracterizarse por ser una organización socialmente responsable a través de la integración del RSE, la integración y evaluación de aspectos sociales y medioambientales con cada una de sus actividades y procesos comerciales; con el compromiso de diseñar sus estrategias y la convicción de realizar, según las necesidades de cualquiera de las dos partes, las modificaciones necesarias en su sistema de gestión. Consiguiendo así a través de un

plan viable, detallado y ajustado ante las necesidades, requerimientos y expectativas de la organización.

La importancia de que la empresa NUEVA E.P.S establezca un modelo gerencial radica en que puede llegar a hacer su estructura organizacional más competitiva y rentable además de que puede ofrecer servicios de salud con una mayor calidad y cobertura gracias a que se administrarán con mayor eficiencia sus recursos.

Objetivo General

Diseñar el Plan de RSE para la empresa seleccionada en base a su dimensión social, dimensión ambiental y dimensión económica; estableciendo así los cambios estructurales de la organización para que sea mucho más competitiva en su mercado y sostenible con el medio ambiente.

Objetivos Específicos

- Identificar los diferentes impactos tanto el económico, el social y ambiental de la empresa propuesta.
- Reconocer las guías mundiales e iniciativas que facilitan la elaboración de un código o guía de conducta empresarial.
- Definir los recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta empresarial.
- Establecer los Stakeholders para la Nueva EPS y determinar su nivel de interacción con el plan estratégico a desarrollar por parte de Nueva EPS y los distintos canales de comunicación aplicables.
- Sugerir un tipo de informe o plantilla de gestión para el plan RSE social empresarial.

1. Nueva EPS S.A.

1.1. Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)

Misión: Garantizamos la protección integral en salud a nuestro alcance a todos nuestros afiliados a través de personal idóneo.

Visión: En el 2020 ser la EPS líder en protección integral de salud digna y oportuna en Colombia garantizando los derechos de nuestros afiliados con modelos vanguardistas de gestión que integren nuestros grupos de interés.

Valores:

Dignificación: Damos el respeto y valor humano que merecen nuestros afiliados. Brindamos un trato digno y respetuoso a todos los empleados libre de cualquier tipo de discriminación.

Lealtad: Tenemos un vínculo de confianza con la organización en donde tenemos discreción en cuanto a la información y procedimientos, y no revelamos información confidencial o hacemos actividades que vayan en contra y que pueda ocasionar el rompimiento de este vínculo.

VALOR	COMPORTAMIENTO ASOCIADO
DIGNIFICACIÓN	<ul style="list-style-type: none">• Damos el respeto y valor humano que merecen nuestros afiliados• Damos importancia a la vida humana• Brindamos un trato digno y respetuoso a todos los empleados libre de cualquier tipo de discriminación.
LEALTAD	<ul style="list-style-type: none">• Tenemos un vínculo de confianza con Los afiliados y trabajadores• Actuamos discretamente en cuanto a la información y procedimientos• Tratamos con confidencialidad la información personal

Tabla 1 Valores

1.2. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

La RSE permite que las compañías contribuyan a mejorar los conflictos en lo social, ambiental y económico con el fin de que obtengan un valor añadido a sus actividades empresariales y que proyecten una imagen más proactiva frente a todos sus Stakeholders.

Por lo tanto, la compañía debe enfocar sus objetivos sociales y de desarrollo para mejorar las actividades que realiza, con el fin de que contribuya a la sociedad y comunidad en general, a través de la ejecución de buenas prácticas que minimicen el impacto negativo en la sociedad pero que también contribuyan a beneficiar a las comunidades involucradas en sus actividades.

Así mismo, es importante que la empresa pueda lograr un alcance solidario e igualitario que beneficie a todas las comunidades en el momento de diseñar y ejecutar las estrategias para alcanzar los objetivos planteados; esto brindará oportunidades e igualdad de condiciones a las personas involucradas en cada uno de los campos determinantes tanto internos como externos de la empresa.

De igual manera, el principal propósito para ejecutar un Plan de RSE de la Nueva EPS S.A. es que ésta pueda alcanzar una visión integral del su entorno, destacando la responsabilidad ante sus Stakeholders bajo el cumplimiento estricto de la legislación laboral y la normatividad medioambiental debido a que son los principales tópicos a tener en cuenta para la planeación y ejecución del Plan. Esto le permitirá a la empresa NUEVA EPS S.A. mantenerse sólida, vigente y competitiva en el mercado; así como también la empresa se destacará frente a la sociedad bajo un criterio de trabajo en valores y el surgimiento de una ética corporativa arraigada a la objetividad en pro de las mejores decisiones en la empresa y su estructura organizacional.

Para toda compañía es importante implementar un Plan de Responsabilidad Social porque le permite gestionar y evaluar sus actividades internas para definir el marco y las directrices generales a seguir por todos los integrantes de la organización en el ámbito de la RSC en búsqueda de tener una relación fructífera con todos sus grupos de interés o Stakeholders. Debido a su compromiso con el medio ambiente y todas las poblaciones que habitan en las zonas donde opera sus actividades comerciales y productivas, es necesario que la organización se convierta en una entidad con responsabilidad social, que sea capaz de modificar su sistema de gestión para

mejorar sus indicadores integrando todas las necesidades y problemáticas a las cuales se someten sus grupos de interés debido a sus actividades productivas y comerciales.

1.3. Evaluación de desempeño

Formato de evaluación Impacto empresa Nueva EPS			
Problema		Impacto	Prioridad atención (alta, media, baja)
Económico	Interno: Una dificultad de alto impacto actual es el flujo de caja deficiente el cual no permite cubrir los gastos mensuales generados.	Las problemáticas planteadas afectan de forma no controlada los ingresos de la compañía y a su vez como efecto colateral los ingresos de los proveedores debido a que no es posible cumplir las promesas de servicios de los pagos.	Alta
	Externo: Dependencia de Adres para la devolución de los recursos pagados por servicios no POS.		
Social:	Interno: Se evidencian falencias tecnológicas que impiden optimizar las actividades y funciones de los empleados.	Las dificultades tecnológicas imposibilitan las diferentes áreas de las empresas en tener control completo sobre los procesos, generando desgastes	Alta
	Externo: Gran volumen de procesos judiciales en contra		

	<p>de la compañía los cuales obligan a pagar por servicios que no deberían ser cubiertos por la EPS.</p>	<p>humanos y operativos. Existen usuarios que desvirtuando sus derechos fundamentales generan altos costos económicos y operativos por servicios que no están contemplados en el POS.</p>	
<p>Ambiental:</p>	<p>Interno: No se evidencian problemas de alto impacto en relación al factor del ambiente.</p>	<p>La actividad económica de la empresa es de servicios por lo cual revisando las</p>	<p>Baja</p>
	<p>Externo: Alto consumo de energía por parte de los equipos de cómputo.</p>	<p>actividades que se realizan no se evidencia grandes impactos en torno a las problemáticas del ambiente.</p>	

Tabla 2 Formato de evaluación de Impacto Nueva EPS

1.4. Propuesta de mejora Código de conducta de la empresa NUEVA EPS S.A.

Misión: Garantizamos la protección integral en salud a nuestro alcance a todos nuestros afiliados a través de personal idóneo.

Visión: En el 2020 ser la EPS líder en protección integral de salud digna y oportuna en Colombia garantizando los derechos de nuestros afiliados con modelos vanguardistas de gestión que integren nuestros grupos de interés.

VALORES ANEXOS

Principios anexos

- l) Brindamos un trato digno y respetuoso a todos los empleados libre de cualquier tipo de discriminación.
- m) Actuamos con base en la verdad, respeto y honestidad con los empleados y nuestros usuarios.
- n) Defendemos y cumplimos integralmente las normas legales vigentes para garantizar los derechos de todos los empleados, usuarios y afiliados.

Deberes y derechos anexos

- t) Respetar la dignidad del personal y pacientes
- u) Velar por el respeto a la intimidad del personal y usuarios
- v) Brindar información veraz y oportuna sobre su condición de salud en cuanto a las causas y consecuencias que le ocasione dicha circunstancia o enfermedad, de igual manera se le debe informar sobre todos los beneficios que tiene derecho
- w) Ayudar a que se desarrollen todas las funciones de los entes de control interno y externo de la entidad
- x) Informar a tiempo cualquier tipo de situación sospechosa o de posible conflicto que se pueda presentar en la entidad

PRINCIPIOS Y POLITICAS PROPUESTAS

Como entidad de prestación de servicios de salud, donde su objetivo principal es prevalecer la vida de nuestros afiliados, debemos propiciar una cultura socialmente responsable, construida bajo el mejoramiento continuo y un comportamiento ético, por parte del equipo de trabajo que conforma la organización y los contratistas; orientada a reflejar y conservar la confianza y legitimidad en nuestro sistema de salud. Trabajar bajo tres instrumentos para la prevención y control de las distintas actuaciones que se puedan presentar alejadas del ordenamiento jurídico vigente y de las políticas institucionales, así como de las actividades que obstaculicen cumplir con las metas establecidas por la organización.

Autogestión - Reuniones de Autoevaluación: Identificar las situaciones que limitan la capacidad de cumplir las metas de las dependencias, así como las que no posibilitan acatar las disposiciones del Sistema Integrado de Gestión y los lineamientos institucionales. Adicionalmente, y una vez son identificadas estas situaciones, los funcionarios definen acciones correctivas o planes de contingencia que permitan orientar las acciones de cada dependencia al logro de los objetivos institucionales.

Autorregulación - Medición de la Gestión Institucional: Análisis periódico y continuo de cada uno de los objetivos, propósitos y metas planteados por la organización. Revisión de los indicadores propuestos para la prestación de los servicios, aceptación, confianza y credibilidad ante la competencia e indicadores de sostenibilidad y rentabilidad.

ANEXO

Profesionalismo: Se exige a todas las entidades que prestan servicios de salud y profesionales médicos garantizar rigurosos lineamientos de servicio en torno a la calidad y gestión ética, manteniendo altos niveles de responsabilidad y profesionalismo frente al desempeño de sus labores en el Sistema General de la Seguridad Social para la Salud.

Protección al Sistema: Se exige a todos los prestadores de servicio de salud y profesionales médicos administrar de forma adecuada los recursos económicos del (SGSSS) en relación a los servicios médicos, procedimientos, insumos, medicamentos e incapacidades generadas en las atenciones prevaleciendo la en todo caso la garantía de la protección integral de los afiliados.

Seguimiento y control: Se aplicarán a profesionales en salud e instituciones que prestan servicios que integren estándares de medición y seguimiento que aseguren la adecuada y oportuna prestación de servicio, en cumplimiento de la misión de Nueva EPS S.A

ANEXO

Manejo de la información administrativa

No comparte información del afiliado a otras entidades o personas, sin previo consentimiento del titular o persona a cargo.

Anexo resolución de conflictos La Nueva EPS se compromete a prevenir, divulgar y resolver los diferentes conflictos de interés presentados en el interior de la compañía y sus partes interesadas con el principal objetivo de mejorar la cultura organizacional, el comportamiento ético, el respeto a la integridad de las personas, la credibilidad y la confianza mediante el respeto a los deberes y derechos, y la normatividad.

La creación de un comité de convivencia fundamentado en la Resolución 652 del 2012, modificada por la Resolución 1356 de abril del 2012 y define las siguientes funciones:

- a) Gestionar las inconformidades propias de eventos que puedan establecer acoso laboral, y las pruebas que la respalden
- b) Analizar los casos puntuales en que se reporte inconformidad donde se insinué conductas o eventos de acoso laboral.
- c) Adelantar reuniones entre los involucrados originando para que se comprometan a generar una efectiva solución de las diferencias.

Anexo Indicador de gestión en las áreas de trabajo

Se deben hacer mejoras en el área de trabajo teniendo presente los valores anexos, se debe evitar cualquier tipo de acoso y cualquier tipo de conducta que afecte la integridad de sus empleados, todo ello amparado en la ley 1010 -2006, considerando actos de acoso los siguientes

Maltrato laboral.

Agresión física, verbal, que comprometan la integridad o el buen nombre que afecten la dignidad del colaborador.

Persecución laboral

Actos encaminados a desmotivar al colaborador con llamados de atención injustificados de forma reiterativa, presión psicológica, aumento de horario laboral

Discriminación laboral:

Actos de discriminación sea por raza, sexo, género, edad, religión, preferencia política o situación social

Entorpecimiento laboral

Actos que no permitan el libre desempeño del colaborador como la negación de insumos, herramientas e información

Inequidad laboral

Designar funciones que estén por debajo de su preparación o perfil laboral y generan actos de humillación

Desprotección laboral

Orden otorgada por los superiores que ponga en riesgo la seguridad del colaborador,

1.5. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta

Los recursos financieros para ejecutar el código de conducta propuesto para la empresa NUEVA EPS S.A. se derivan de la vicepresidencia administrativa y financiera de la compañía los cuales se enfocarán en obtener el capital necesario para ejecutar el código de conducta a cabalidad. Además del capital se requiere el personal talentoso para ejecutar el código el cual consiste en cuatro operarios los cuales se clasifican en:

- Gerente administrativo del departamento servicio al cliente el cual se encarga de establecer el código en cada departamento de la compañía, verificar el

cumplimiento del código de conducta, monitorear a cabalidad cada área de la compañía, recibimiento de París para realizar una retroalimentación de las falencias en la ejecución del código.

- Senior administrativo departamento servicio al cliente enfocado en la vicepresidencia comercial en los cuales se ejecute el código de conducta en relación con las actividades de marketing y plan complementario, y de operaciones en actividades de recaudo y compensación, control de afiliaciones.
- Senior administrativo vicepresidencia de salud que se encarga de ejecutar el código en toda el área operativa de la empresa encargada de realizar procesos técnicos, prestar servicios en salud, controlar las redes de servicios.
- Senior administrativo vicepresidencia administrativa y financiera haciendo cumplir a cabalidad el código de conducta en los departamentos contable, de tesorería, recobros, gestión de prestadores, cuentas médicas.

Según el método gerencial Kaiser podemos identificar que no se requiere de grandes sumas de dinero para ejecutar el código de conducta debido a que lo importante es perseguir los siguientes objetivos minimizando el impacto financiero que esto pueda llegar a generar:

- ✓ Optimización del recurso existente en el cual se aproveche todos de los recursos que tiene la empresa (capital, talento humano, infraestructura, instalaciones, maquinaria y equipo) con el fin de disminuir la inversión, pero maximizar la productividad.
- ✓ Aumentar la velocidad en la implementación de cambios en cada departamento comercial, administrativo, operativo y de servicio al cliente para cumplimiento de objetivos y altos estándares de calidad.
- ✓ Formación continua del personal para aumentar la participación de este con el fin de mejorar las actividades desempeñadas a cabalidad.
- ✓ Cumplimiento de indicadores de gestión para aproximarse continuamente a los objetivos trazados.

Para el caso en particular de la compañía NUEVA E.P.S. S.A. los recursos financieros, el personal y las actividades a desempeñar para ejecutar el código de conducta propuesto para la empresa se requieren de acuerdo con la naturaleza de cada capítulo del código; debido a que el

Código de Conducta abarca todas las temáticas que componen a la compañía es necesario que cada departamento adquiera responsabilidad sobre la aplicación del código de acuerdo con la naturaleza misma del área encargada. Es por esto por lo que en la siguiente tabla se identifican por cada artículo del Código de Conducta los departamentos responsables, el personal requerido, los recursos, las actividades a desempeñar y los diferentes indicadores de gestión que analizarán y medirán la gestión y cumplimiento de objetivos en la ejecución del código.

RECURSOS FINANCIEROS Y DECISIONES DE INVERSIÓN CODIGO DE CONDUCTA NUEVA EPS					
ARTICULO	RESPONSABLE	PERSONAL REQUERIDO	RECURSOS	ACTIVIDADES	INDICADOR DE GESTIÓN
ART. I – VII, IX, XI, XV Y XVI	GERENCIA AUDITORIA INTERNA	Gerente Auditoria Interna Secretaria General y Jurídica	Es importante que los artículos I al VII, IX, XI, XV y XVI se ejecuten a lo largo de la compañía desde el departamento de Gerencia de Auditoria Interna porque es la encargada de mejorar las operaciones de una organización	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programar auditorías internas 2. Capacitar al personal 3. Informes de desempeño 4. Evaluación de desempeño o de cada proceso y colaboradores 	Balance Scorecard

			para generar valor a través del cumplimiento de los objetivos planteados. En este caso, es la gerencia que va a ejecutar el código de conducta empresarial en cada área de la empresa.		
ART. VIII MANEJO DE LA INFORMACI ÓN	DPTO. DE SISTEMAS	1 gerente 1 asignado de desarrollo As/400 1 asignado en Soporte Técnico As/400 1 asignado de desarrollo en Redes 1 asignado de Redes y Comunicac	Sistema de manejo de información MIS deberá ser creado para el mejoramiento de la comunicación a nivel interno, almacenando datos que permitan objetivamente calificar el desempeño organizacional.	<p>✓ Sistemas de procesamiento de transacciones</p> <p>✓ Sistemas de soporte de decisiones (DSS)</p> <p>✓ Sistemas expertos y redes neuronales</p>	Áreas soportadas por sistemas / Total áreas de la empresa

		iones 1 Asignado 1 secretaria			
ART. X RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DEL MEDIO AMBIENTE	VICEPRESIDENCIA DE SALUD	1 gerente control Responsabilidad Social y Ambiental 1 auxiliar	Nuevo modelo de Responsabilidad social y medio ambiente	Realización de talleres sobre manejo de los residuos Instalación punto ecológico de reciclaje, inicialmente en la oficina Bogota.	Balance Scorecard
ART. XII Y XIV INDICADORES DE GESTIÓN DEL CÓDIGO DE BUEN GOBIERNO Y ÉTICA	VICEPRESIDENCIA DE SALUD	1 gerente RSE 1 auxiliar	Medidores de calificación del servicio al cliente	Medición y monitoreo periódico de los indicadores de gestión en base a la satisfacción del cliente interno y externo frente a los servicios de la empresa	Total, Notas Crédito / Total Facturas Generadas
ART. XIII. POLÍTICA ANTIFRAUDE	JEFATURA DE UNIDAD DE ANALISIS DE RIESGO	1 gerente Rendición de cuentas 1 abogado	Medidas en control interno para evitar siniestro y corrupción. Desempeñar un	1. Establecer un programa de gestión del riesgo y fraude.	Monitorear mecanismos de seguimiento y

			<p>papel eficiente y eficaz en el monitoreo y supervisión en todas las áreas, especialmente Consejo de Administración como el Comité de Auditoría, la gerencia, los auditores internos.</p>	<p>2. Implementar evaluación de forma regular sobre la exposición al riesgo de fraude.</p> <p>3. Incorporar técnicas en prevención para evitar posibles fraudes y reduzca los impactos en la organización (tanto económicos como reputacionales).</p> <p>4. Adicionalmente aplicar técnicas en detección,</p>	<p>control interno determinados por la empresa.</p>
--	--	--	---	---	---

				<p>para encontrar fraudes en caso de que las técnicas de prevención fallen o no reduzcan el riesgo de comisión en fraude.</p> <p>5. Establecer un proceso de reportes, para pedir input sobre altos índices en fraudes.</p>	
--	--	--	--	---	--

Tabla 3. Recursos financieros y decisiones de Inversión establecimiento código de conducta NUEVA E.P.S.

En el proceso de creación e implementación del Código de Conducta para la empresa, es importante destinar los recursos financieros necesarios para cada una de las actividades; base fundamental en el desarrollo y éxito dentro de la organización.

Su impacto directo no se reflejará en términos de inversión vs recuperación de esta, sino en los beneficios intangibles hacia el mejoramiento de un entorno y convivencia laboral y la

creación y perduración de una cultura organizacional, resultado positivo y directo entre colaboradores, usuarios, proveedores y personal directo e indirecto de la operación.

TIPO DE CUENTA	CUENTA	VALOR PROYECTADO A UTILIZAR
COMISIONES, HONORARIOS Y SERVICIOS	CREDITO	\$5.000.000
MATERIALES DE APOYO Y SUMINISTROS	CREDITO	\$4.000.000
DIVULGACION Y COMUNICACIÓN DEL CODIGO	CREDITO	\$2.000.000
CAPACITACIONES	CREDITO	\$5.000.000
TRANSPORTE	CREDITO	\$5.000.000
total		\$16.000.000

Tabla 4 Presupuesto

COMISIONES, HONORARIOS Y SERVICIOS: En esta cuenta se incluyen las siguientes actividades:

- Contratación de personal calificado para participar en las reuniones trimestrales de seguimiento y actualización del Código de Conducta.

MATERIALES DE APOYO Y SUMINISTROS:

- Todo el material didáctico disponible.

DIVULGACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL CÖDIGO

- Soporte físico, tecnológico y didáctico necesario para mantener vigente en cada una de las áreas de trabajo, los principios y valores del código de conducta y cada una de sus variables en su entorno laboral cotidiano.

CAPACITACIONES

- En este ítem serán incluidas, soporte tecnológico y audiovisual requerido para las reuniones trimestrales, refrigerios y atenciones a los participantes.

TRANSPORTE

- Se contará con la participación nacional de nuestra organización, invitando representantes de cada una de las sucursales a participar de estas reuniones con el fin de integrar el equipo de trabajo.

3. Stakeholders

3.1. Breve descripción de Stakeholders

Los Stakeholders o llamados grupos de interés son todas aquellas personas que se ven influenciadas por la toma de decisiones de la compañía al igual que la implementación y ejecución de los objetivos que respalden y ejecuten sus estrategias de crecimiento, sostenibilidad y competitividad de su producto o servicio.

Es importante identificar los grupos de interés porque son generadores de cambio que permiten identificar nuevas oportunidades estratégicas a través del aumento de la confianza entre empresa-Stakeholders y de la combinación de recursos (conocimiento, tecnología, personas y capital) con el fin de resolver problemáticas internas de la compañía.

Para identificar los Stakeholders se debe hacer un mapeo previamente que se compone de cuatro actividades las cuales son: Identificar, Ubicar, Investigar y Analizar. Identificar las personas y organizaciones de interés consiste en responder preguntas como ¿Quiénes son los grupos de interés o Stakeholders por su nombre? ¿qué esperan ellos de la empresa? ¿Qué esperar de esos grupos de interés? ¿Cuál es la prioridad en monitoreo y control de dichos grupos? ¿Cuál es la razón de ser sobre su interés en la empresa?

Ubicar en cual nivel se encuentra cada uno si es interno, externo o tiene una conexión directa con los actores del nivel interno. Investigar a profundidad cada uno de ellos frente al impacto de afectación para cada una de ellas y, finalmente analizar cada Stakeholders para poder establecer estrategias adecuadas.

El mapa genérico de los Stakeholders diseñado, pretende establecer principales sectores de interés de acuerdo a su importancia e impacto en los objetivos. Por lo anterior se trabajó bajo los 3 niveles siguientes:

NIVEL 1. INTERESADOS INTERNOS: Son aquellos que cuentan con el máximo grado de interés en cuanto a las ejecuciones y resultados desarrollados por la empresa u organización, son los principales beneficiarios y todas aquellas personas que interactúan directamente.

NIVEL 2. CONEXIÓN CON INTERESADOS: Son todos aquellos elementos que necesita la empresa u organización, para poder desarrollar su actividad.

NIVEL 3. INTERESADOS EXTERNOS: Son todas aquellas bases o herramientas que se necesitan tomar en cuenta para planear y ejecutar las actividades necesarias para desarrollar las actividades en la empresa u organización, pero que no interactúan directamente o esperan un beneficio directo de sus resultados.



Ilustración 1 Mapa genérico Stakeholders

3.2. Breve descripción de la matriz (influencia vs. Impacto) entre la empresa seleccionada y los Stakeholders identificados.

La matriz de relaciones incorpora a todos los Stakeholders basándose en dos componentes: la influencia establece el nivel de participación activa de los interesados que intervienen en la empresa o el proyecto; y el impacto es el que determina el nivel de capacidad para efectuar cambios en el desarrollo de las actividades de la empresa o planificación de un proyecto.

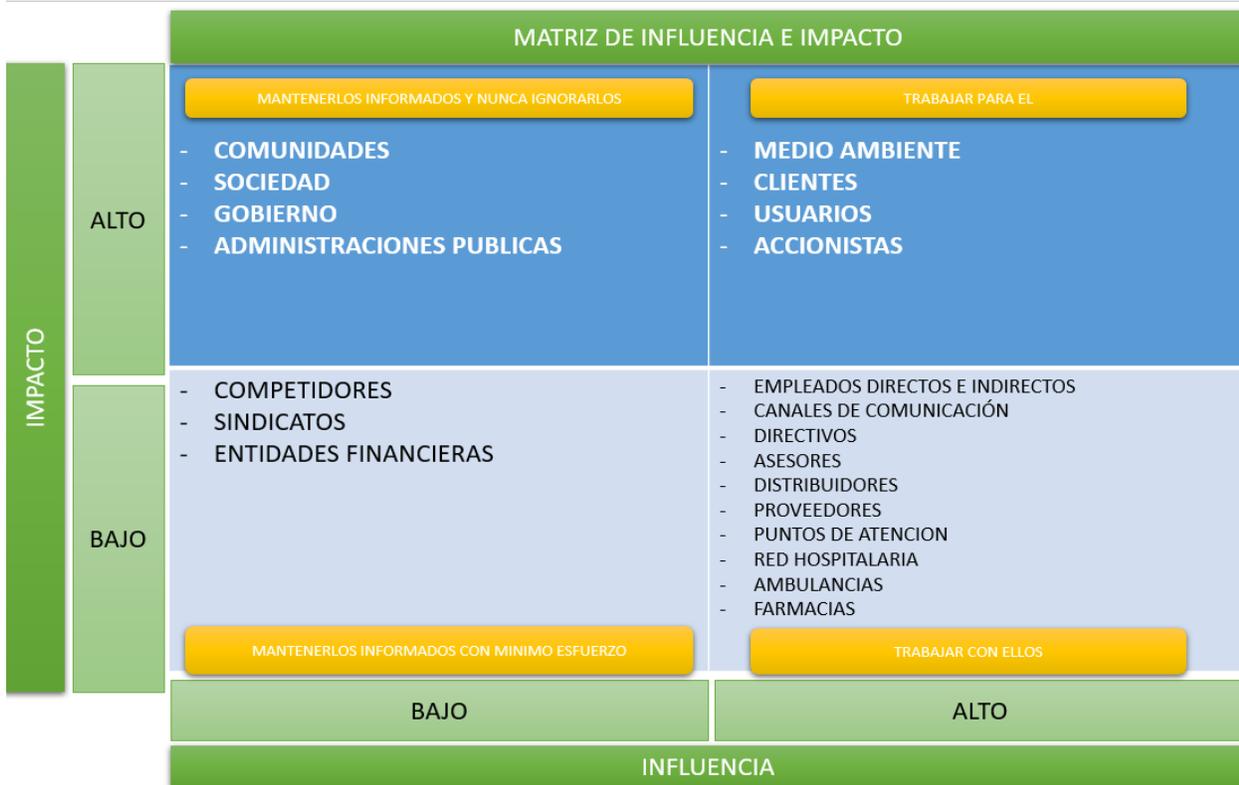


Ilustración 2 Matriz de relaciones

4. Plan de RSE

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EMPRESA NUEVA EPS							
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económica	Proveedores, Empleados y colaboradores	Incrementar la participación de mercado a través de la introducción de nuevos puntos de atención al público, con el fin de que cada vez se lleguen a más departamentos y municipios de Colombia.	Numero puntos atención al público ejecutados periodo actual / Número puntos atención al público ejecutados período anterior	1 año	Físicos: Incremento de propaganda. Humanos: Inclusión talento humano para lanzamiento campañas de marketing Técnicos: Capacitación de personal y recursos inherentes al plan de	Compradores de la Marca / Mercado Meta	Jefe de área - Gerente general

					marketing		
	Usuarios afiliados	Incrementar ingresos a través de la inscripción de mayores usuarios cotizantes en empresas públicas y privadas.	Ventas período Actual / ventas período Anterior	1 año	<p>Físicos: Instalaciones acordes para brindar servicio optimo a clientes.</p> <p>Humanos: Capacitación del personal para que pueda brindar un óptimo servicio a los clientes.</p> <p>Técnicos: establece procesos en capacitación del personal.</p>	Venta Real Producto / Costo Real Directo Producto	Jefe de área - Gerente general
	Clientes	Garantizar	Implement	1 mes	Físicos:	Total,	Jefe de área

- Afiliados	el pago de las prestaciones económicas por incapacidad por enfermedad general.	ar un modelo de atención de solicitudes de transcripción y pago de incapacidades, el cual garantice el acceso al auxilio por incapacidad por todo el tiempo que esté inhabilitado física o mentalmente para desempeñar en forma temporal su profesión u oficio.		instalaciones de la empresa. Humanos: Personal administrativo y Financiero. Técnicos: herramientas ofimáticas.	Incapacidades con reconocimiento económico en el mes / Total de Incapacidades expedidas.	
Proveedores	Definir una política de pagos y vencimiento de facturas.	Mediante el diseño de un cronograma donde se especifique	1 mes	Físicos: facturas y soportes de pago. Humanos:	Numero de pagos pactados por mes/ número de pagos	A las fechas de vencimiento o registradas diariamente

			<p>n las fechas de pagos y su actualización se realice de forma diaria según lo requieran los convenios comerciales con proveedores, utilizando mecanismos de recordatorio que impidan el olvido ante las responsabilidades económicas adquiridas.</p>		<p>Personal del departamento de contabilidad.</p> <p>Técnicos: Herramientas ofimáticas.</p>	<p>realizados en el mes</p>	<p>en el cronograma y a las condiciones pactadas al momento de realizar los respectivos pedidos.</p>
Afiliados - Clientes	Mejorar rotación de cartera	Aplicar descuentos por pronto	1 mes	Recurso humano, software,	Pagos recaudados / totalidad de	Tesorería hará informe del	

		pago a los afiliados		computadores y equipos	Cartera	dinero recaudado
	Racionalizar gastos no operacionales	Renegociar o buscar nuevos proveedores para reducir los costos de e insumos	2 meses	Recurso humano, computador y equipos de comunicación	Tarifas de nuevos proveedores / Tarifas antiguos proveedores	Departamento de compras realizará informe de dinero ahorrado.
	Reducir gastos operacionales	Reducción de consumo de energía con la compra de nuevos equipos	1 mes	Recurso humano contabilidad, presupuesto, instalaciones	Reducción de consumo / Consumo normal	El administrador en reunión dará informe sobre los resultados.
	Mejorar liquidez	Vender parte de la cartera con descuento al gobierno	1 mes	Recurso humano, software, computadores y equipos	Cantidad de cartera vendida / Total de cartera	Tesorería informe de dinero recogido
	Optimizar el flujo de caja	Redescontar o sanear créditos adquiridos con sus	1 mes	Recurso humano y software	Redescuentos acreedores / total de acreedores	Informe de Findeter

		acreedores a través de FINDETER				
	Disminuir los costos de siniestralidad	Ampliar programas de Prevención y Promoción para disminuir la siniestralidad	1 mes	Cronograma de visitas	Visitas realizadas / Visitas programadas	Revisar tasas de Siniestralidad
Inversionistas	Injectar capital a la empresa con el fin de ampliar el flujo de caja	Promocionar por medio de comunicaci3n venta de acciones para incentivar inversionistas particulares que se conviertan en nuevo socio y	6 meses	Recurso humano para promoci3n en medios de comunicaci3n para el nuevo socio Recurso financiero al otorgar utilidades en acciones	Cantidad de socios / Valor total aportado	Realizar reuni3n para definir la lista de posibles inversionistas y seleccionar los elegidos.

			aporte capital a la empresa				
Social	Comunidad vulnerable Sector publico Medios de comunicaci3n Mercados financieros	Desarrollar mercadotecnia efectiva, debido a que el desarrollo de campa1as publicitarias empresariales en eventos especializados contribuye a la identificaci3n y conocimiento de la marca.	Determinar frecuencia de campa1a publicitaria a trav3s de jornadas de vacunaci3n, educaci3n sexual en instituciones educativas, protecci3n al adulto mayor, campa1as de protecci3n a la salud., entre otras.	6 meses	F3sico: Ejecutar cambios estructurales dentro de la empresa para ejecutar planes de marketing . Humano: Capacitaci3n del personal T3cnico: Dise1ar Plan de marketing	Usuarios beneficiados / Mercado Meta	Jefe de 1rea
	Ci3ntes - Afiliados	Definir una ruta integral de atenci3n en salud para	Desde la afiliaci3n de cada usuario se debe	3 meses	F3sicos: formulario de Afiliaci3n .	N3mero de usuarios afiliados por mes/ n3mero de	Una vez culminado el plazo m1ximo para

	<p>cada afiliado de acuerdo a las necesidades y características.</p>	<p>diseñar e implementar rutas integrales de atención para la promoción y mantenimiento de la salud, de forma individual y colectiva, con el fin de promover la salud, prevenir el riesgo, la enfermedad y generar cultura del cuidado de la salud en las personas, familias y comunidades.</p>		<p>Formulario de declaración de salud.</p> <p>Humanos: Personal del departamento de Afiliaciones y Salud.</p> <p>Técnicos: Herramientas ofimáticas.</p>	<p>afiliados con asignación de ruta integral de atención en salud.</p>	<p>enrutamiento o se debe hacer seguimiento semestral a fin de validar que el usuario este siendo atendido.</p>
--	--	---	--	---	--	---

Comunidades	Programar campañas periódicas de identificación y prevención de la diabetes y enfermedades cardiovasculares.	Mediante puntos de información donde se brinde a la comunidad la oportunidad y el acceso a la información, sobre la identificación y prevención de la diabetes y las enfermedades cardiovasculares, a través de charlas en campañas dirigidas a las comunidades.	1 mes	Físicos: instalaciones de la empresa, folletos con la información a desarrollar, recursos pedagógicos. Humanos: personal de recurso humano, personal médico, personal administrativo. Técnicos: herramientas ofimáticas.	Análisis y comparación mensual sobre el número de pacientes que presentan este tipo de enfermedad es contra el número de pacientes adscritos y manejados a través de las campañas informativas.	Participación activa del 100% las comunidades convocadas a cada una de las campañas programadas.
Cientes -	Mantener a los	Realizar encuesta	1 mes	Realizar encuesta	Porcentaje de	Contactar mensualmente

	Afiliados	afiliados actuales	para identificar como los afiliados, usuarios y proveedores, pueden aportar en el mejoramiento del servicio		de satisfacción Google drive	cumplimiento en encuestas realizadas	nte a los afiliados
		Fidelizar a los clientes	Realizar una encuesta en line para conocer el grado de satisfacción y expectativas del cliente actual para así crear nuevas estrategias	1 mes	Página web (social mention) para monitorear y hacer seguimiento de las opiniones de los afiliados	Porcentaje de clientes satisfechos	Revisar incentivos por tiempo de fidelización
		Mejorar el servicio al cliente	Implementar buzón de sugerencias en cada	1 mes	Buzón de sugerencias	Cantidad de reclamos / Total de clientes	Efectuar mensualmente reunión con

		dependencia			atendidos	retroalimentación
	Fidelizar a los clientes	Aumentar las visitas domiciliarias en programas de inducción y prevención en programas de patologías de alto impacto (cáncer, hemofilia, artritis, VIH)	1 mes	Personal especializado	Número de visitas realizadas/Cientes satisfechos	Retroalimentación en reuniones
	Retener a los clientes y afiliados	Mejorar la atención al afiliado, prestar servicio de calidad	1 mes	Equipos, infraestructura y personal idóneo	Satisfacción del cliente / Cantidad de servicios prestados	Retroalimentación en reuniones sobre resultados
	Mejorar imagen corporativa	Mejorar tiempos de respuesta en la	1 mes	Software para la solicitud de citas a	Número de solicitudes resueltas de forma	Reuniones con jefes de área

		obtención de citas médicas, autorizaciones y respuestas de PQRS a través del mejoramiento de la plataforma o software		través de móviles y pagina web	oportuna	
	Mejorar comunicación con los afiliados y clientes	Mantener Línea de atención 24 horas para dar oportuna atención prehospitalario en caso de urgencias	1 mes	Call center	Número de llamadas con calificación positiva	Jefe de Área
	Mejorar la prestación de servicios	Realizar visitas de atención domiciliaria para los afiliados de alto grado de	1 mes	Vehículo y Personal medico	Cantidad de visitas realizadas/Visitas programadas	Retroalimentación reunión mensual

		discapacida d				
	Obtener la confianza de los afiliados	Salvaguardar la información de todos sus grupos de interés	6 meses	Software cifrado con antivirus y antimalware	Nivel de confianza/ Afiliados	Jefe de Área
AMBIENTAL	Mejorar tiempos de respuesta a las solicitudes	Enviar recordatorios de, autorizaciones, documentación pendiente, Cartera preventiva, Cartera Vencida, también puede conocer el estado de afiliación - Implementar búsqueda de la red de	1 mes	Software para la solicitud de citas a través APP móviles y pagina web	Tiempo de respuesta ideal / Tiempo de respuesta total	Evaluación de indicadores en reunión

		urgencias, farmacias y las Oficinas de atención al afiliado - ubicar el centro de noticias				
	Garantizar el mejoramiento continuo	Hacer seguimiento por labor social de la IPS y de la EPS para analizar evaluar la calidad en la atención y aplicar ajustes pertinentes a tiempo.	1 mes	Software para la solicitud de citas a través de móviles y pagina web	Satisfacción del cliente (Delivering Quality Service")	Jefe de Área
Comunidades locales / Sociedad	Fomentar la vacunación en la comunidad	A través de charlas se pretende sensibilizar a comunidad es cercanas en el uso de vacunación	3 meses	Recurso Humano para dar estas charlas en diferentes puntos del sector con recursos	Vacunas disponibles / Vacunas totales realizadas	Efectuar reunión para medir resultados

					materiales en la suministra ción de folletos		
Comunidades locales / Sociedad	Implementación de un programa de educación ambiental que consiste en proteger los ecosistemas. La idea principal es establecer un programa de “Protección de nuestras fuentes hídricas” en donde se limpien	Capacitación del personal para presentar y ejecutar el programa “Protección de nuestras fuentes hídricas”, y contratación del personal voluntario para ejecutar el plan.	Mensual	Recurso Humano para dar estas charlas en diferentes puntos del sector con recursos materiales en la suministra ción de folletos	Capacitaciones realizadas / exámenes aprobados	Coordinador del sistema de gestión ambiental	

	nuestros mares y ríos de desechos.						
	Uso eficiente de la energía, agua y demás recursos.	Controlar las horas de utilización de los computadores, impresoras y fotocopiadoras, en las horas de descanso y al finalizar la jornada	Diario			% ahorro diario / Consumo total	Jefe de Área
Cientes - Afiliados	Disminuir el consumo de papel en los trámites administrativos	Completar los procesos administrativos de la compañía creando canales de gestión y tramites tipo web, con el fin de	Semestral	Físicos: Instalaciones de la empresa. Humanos: Personal médico y Administrativo. Técnicos: Desarroll	Total, de Tramites WEB / Sobre el total de tramites generado en el mes.		Jefe de Área

			disminuir y consumo de papel innecesario		o de Herramientas ofimáticas		
Empleados	Mantener el mejoramiento continuo de los procesos directos para el manejo de residuos hospitalarios y similares	Implementación de actividades de segregación para minimizar los residuos y el aprovechamiento ambiental y sanitarioamente viable.	Diario	Físicos: Instalaciones de la empresa, herramientas y aparatos dentro de la red hospitalaria. Humanos: Personal médico y profesional, personal calificado en los tipos de procesos de manejo de residuos hospitalarios	Inventario inicial, con verificación y comprobación del inventario final de los materiales y productos que intervienen como materia prima con transformación en residuo hospitalario.	Reporte diario de verificación de los procesos y destino final de los residuos en cada uno de ellos.	

					ios. Técnicos: Herramientas ofimáticas, herramientas indispensables para el tratamiento de residuos hospitalarios y similares.		
Empleados	Sensibilizar grupos de interés sobre correcto manejo de residuos	Realizar capacitación en el correcto manejo de residuos sólidos de empleados proveedores	1 mes	Recurso humano, intranet y folletos, formato de evaluación	Número de personas evaluadas con buena Efectividad de aprendizaje	Evaluaciones periódicas	
	Establecer las	Realizar seguimiento	1 mes	Personal: Empleado	Nivel de Seguridad	Jefe de Área	de

	condicione s óptimas para el almacenam iento de sustancias químicas	o y control a lugares almacenam iento de sustancias químicas, utilizar elementos de protección personal		s proveedor es y personal especializ ado en residuos hospitalar ios.	química / Total de almacenami ento	
	Reducir riesgo atmosféric o	Realizar monitoreo de gases con analizador electrónico	1 mes	Analizado r de gases e iluminaci ón	Nivel de contaminaci ón / Total de riesgo	Jefe de Área
	Garantizar iluminació n adecuada	Garantizar el cambio a iluminació n led en todas las dependenci as.	6 meses	Luxómetr o, personal idóneo, instalacio nes	Nivel de intensidad luminosa / Total de laminación	Jefe de Área

4.2. Plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholders)

Plan de comunicaciones			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económica	Trabajadores/colaboradores: Capacitación del personal para ejecutar cada uno de los programas establecidos.	Mensual	Informes
	Clientes - Afiliados	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> - Comité de seguimiento con el área financiera. - Conferencias dirigidas por el área de tesorería y las áreas de impacto para difundir políticas de flujo de caja.
	Clientes - Afiliados	Mensual	<p>Reuniones de seguimiento por dirección general</p> <p>Videoconferencias tesorería para evaluar indicadores de gestión</p> <p>Correos internos para difundir los ajustes que realiza gerencia de tecnología e informática</p> <p>Comités con gerencia de</p>

			<p>recaudo y compensación</p> <p>Actas de compromiso a los grupos de interés para disminuir la siniestralidad</p> <p>Presentar acta rotación de cartera a gerencia de cobros y tesorería</p>
	<p>PROVEEDORES:</p> <p>Definir una política de pagos y vencimiento de facturas.</p>	<p>2 veces al mes, periodo quincenal</p>	<p>Comunicación interactiva: Reuniones con el departamento de contabilidad y cartera; en las cuales se revisen las fechas programadas y los convenios comerciales pactados</p>
	<p>Inversionistas: Realizar convocatoria en donde se venderán acciones de la empresa.</p>	<p>Mensual</p>	<p>Publicidad radial, televisiva y prensa escrita</p>
Social	<p>Comunidad involucrada: Analizar resultados de cada uno de los programas: vacunación, educación sexual, prevención de ETS, embarazo en adolescentes y jóvenes, protección a la salud y</p>	<p>Trimestral</p>	<p>Reportes</p>

	al adulto mayor, en instituciones educativas públicas y privadas.		
	Clientes - Afiliados	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de asociación de usuarios. - Comunicación constante por correo electrónico. - Publicación de información por la página web. - Campañas de información por medio de call center.
	<p>COMUNIDADES:</p> <p>Programar campañas periódicas de identificación y prevención de la diabetes y enfermedades cardiovasculares</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Exhibición durante 30 días - Entrega diaria hasta agotar 200 unidades. 	<ul style="list-style-type: none"> - Valla publicitaria incentivando e informando a la comunidad sobre las campañas y convocatoria a las mismas. - Volantes de información que ilustre el problema y la solución que se quiere enfatizar a través de las campañas.
	Clientes y Afiliados	Una vez al mes	<p>Encuesta de satisfacción Google drive a los clientes y afiliados</p> <p>Recepción y gestión de solicitudes de los usuarios a</p>
		Publicación diaria durante	

	30 días	través de nueva EPS móvil y la página www.nuevaeps.com.co
	Publicación diaria durante 30 días	Envió de información de los productos a través de nueva eps móvil (Android) a sus afiliados
	Informe mensual de respuestas	Gerencia de servicio al cliente envía planes de acción a través de correos electrónicos, intranet, sky empresarial
	2 capacitaciones al mes, una cada quince días	Intranet informa sobre programación visitas de acuerdo al cronograma de solicitudes de capacitación en patologías alto impacto
	Reunión mensual	Capacitaciones en las diferentes sedes en servicio al cliente y comités de seguimiento en servicio
	2 veces al mes cada 15 días	Enviar información a través nueva eps móvil y la página

		Todos los días durante el mes según cronograma	<p>www.nuevaeps.com.co</p> <p>Visita personalizada a los afiliados de alto grado de discapacidad</p>
		Cada 6 meses	A través de intranet soporte técnico envía el paso a paso para actualizar antivirus y antimalware kaspersky
		Diario	A través de nueva eps móvil y la página www.nuevaeps.com.co enviar recordatorios de, autorizaciones, documentación pendiente
	Comunidades locales / Sociedad: Difundir a la comunidad la importancia de la vacunación en la comunidad con el fin de fomentar su uso.	Quincenal	Folletos y volantes
Ambiental	Ecosistemas Entorno ambiental Comunidad vulnerable:	Trimestral	Informes y seguimiento campana protección del medio ambiente

	<p>Analizar resultados del programa “Programa de nuestras fuentes hídricas”.</p>		
	<p>Clientes - Afiliados</p>	<p>Mensual</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Campañas publicitarias internas para el buen uso de los recursos de la compañía. - Uso de las herramientas internas de comunicación para refrendar políticas de reciclaje al interior de la empresa.
	<p>Empleados</p>	<p>Diario</p>	<p>Redes sociales, Blogs y videoblogs o Blogs para promover buen manejo de residuos por parte empleados y grupos de interés</p> <p>Boletines electrónicos para retroalimentar a los proveedores sobre las condiciones óptimas en los vehículos de transporte de residuos</p> <p>Envió de correos electrónicos internos para Realizar seguimiento y</p>

			<p>control a lugares almacenamiento de sustancias químicas</p> <p>Intranet, para reportar e informar sobre problemas de trampas de gases dentro de las instalaciones</p> <p>Reuniones por Skype empresarial con unidad análisis de riesgos para reportar de forma rápida las novedades de seguridad en las diferentes dependencias</p>
	Empleados: Efectuar capacitaciones para el uso de residuos hospitalarios	Semanal	Manuales y folletos electrónicos.

4.3. Modelo de informe de gestión recomendado

Modelo de implantación ISE04.

Es un modelo que colabora en la incorporación social de la empresa, le permite llevar a cabo acciones constantes en la problemática de su entorno, fue creado por "we're able to" con el fin de apoyar a las empresas a crear y gestionar su acción social, generando así valor a toda la empresa. Este tipo de inversión a nivel social produce retornos en lo económico y social generando a su vez impactos directos e indirectos los cuales deben ser analizados y evaluados

Reporte Integrado: es una metodología que muestra la información financiera y pertinente en cuanto al sostenimiento social, ambiental y económico, adicionalmente evidencia claramente la visión sobre el modelo de negocio, su estrategia, perspectivas, oportunidades y riesgos a los que está expuesto, también al cumplimiento de los indicadores integrados desde la triple dimensión. Este modelo es actualmente utilizado por empresas muy maduras en el tema de Sostenibilidad.

5. Conclusiones

El código de conducta de la NUEVA EPS es el instrumento imprescindible en este tipo de organizaciones de prestación de servicios; donde se manejan altos índices de vulnerabilidad que a través de nuestro modelo gerencial de mejoramiento logramos proteger los intereses de la compañía y su grupo de directivos, también en la prevención de todos los riesgos, las diferentes políticas de no competencia, la productividad de la empresa, la imagen corporativa, entre otros.

La responsabilidad social en la empresa Nueva EPS S.A. es la estrategia que ayuda a identificar todas las actividades desarrolladas y su afectación directa en todos los grupos de interés, tanto a nivel interno con sus colaboradores, como su entorno. Nueva EPS S.A. basa su plan sincronizando dichas actividades con los objetivos establecidos en el campo social, económico y ambiental; así como también tiene claro que su continuidad se fundamenta en el cumplimiento de las expectativas de sus stakeholders, especialmente la comunidad afectada por sus actividades.

La Nueva EPS al pertenecer al tercer sector de la economía, hace que su economía solidaria se centre en el sentimiento, el valor ético y en el trabajo continuo en base y para la sociedad; factor y estrategia determinante para su trabajo de marketing social y cooperativo.

Se logra evidenciar la importancia que es trabajar sobre el diseño e implementación de estrategias persuasivas e influyentes a través del marketing social y corporativo; resultado de un trabajo basado en la responsabilidad y compromiso social, uno de los valores fundamentales para nuestra organización.

Los grupos de interés llamado (stakeholders) son todas aquellas personas que se ven influenciadas por las decisiones o acciones de la empresa; como la implementación y ejecución de los objetivos que respalden y ejecuten sus estrategias de crecimiento, sostenibilidad y competitividad de su producto o servicio.

Es importante identificar los Stakeholders siendo los actores de cambio; al permitir identificar nuevas oportunidades estratégicas a través del aumento de la confianza entre empresa y sus Stakeholders y de la combinación de recursos (conocimiento, tecnología, personas y capital) con el fin de resolver problemáticas internas de la compañía. Toda organización o empresa requiere

de la identificación, análisis y gestión en el desarrollo, fortalecimiento y crecimiento de los diferentes grupos de interés.

La importancia de aplicar las herramientas y conceptos básicos sobre responsabilidad empresarial radica en que el empresario o gerente obtiene las habilidades para proponer estrategias y metodologías que permiten ser incorporadas en la toma de decisiones en los ámbitos social, ambiental y económico que son indispensables para la construcción futura de la sostenibilidad global.

Se comprendió la importancia de realizar un análisis previo de la Nueva EPS para tener la información necesaria de todos los procesos y grupos de interés y lograr así establecer las estrategias más convenientes para el desarrollo de un buen plan de responsabilidad social y empresarial

Finalmente, aprendimos la importancia elaborar objetivos que integren la comunidad y la nueva EPS para mitigar el impacto ambiental aportando así al desarrollo de todos sus grupos de interés

6. Bibliografía

- Nueva EPS. (2017). Código de buen gobierno y ética. Recuperado de: <http://www.nuevaeps.com.co/Portals/0/Pdf/C%C3%93DIGO%20DE%20BUEN%20GOBIERNO%20Y%20C%C3%89TICA%20NUEVA%20EPS%20S.A.%202017.pdf>
- @The Smart campaign. ¿Cómo elaborar un Código de Ética o Conducta? Recuperado de https://www.smartcampaign.org/storage/documents/Tools_and_Resources/Como_elaborar_un_Codigo_de_Etica_o_Conducta_The_Smart_Campaign.pdf
- Hernández, Rocío. (27 noviembre de 2014). Códigos de ética profesional. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=J6mei7u0Msc&feature=youtu.be>
- Cursos skinco. (30 agosto de 2016). CURSO CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA EMPRESARIAL. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=RBkYfjYMqNg&feature=youtu.be>
- Acuerdo Marco Internacional. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Acuerdo_Marco_Internacional
- Acosta, N. 2018. Tipos de sistemas de manejo de la información. Tomado de: <https://www.cuidatudinero.com/13176645/tipos-de-sistemas-de-manejo-de-la-informacion>
- Prevención y Detección del fraude interno para cualquier tipo de empresa. 2019. Tomado de: <https://fraudeinterno.wordpress.com/prevencion-del-fraude/>
- What Is Stakeholder Analysis and Mapping and How Do You Do It Effectively? (s. f.). Smartsheet. Recuperado de: <https://www.smartsheet.com/what-stakeholder-analysis-and-mapping-and-how-do-you-do-it-effectively>
- More than Metrics, 2017. Stakeholder Mapping – How to create a stakeholder map (2019, Mayo 2). Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=eqZfiTp1HZw>
- Recolons, G. 2017. [¿Qué es un stakeholder y cómo afecta a la gestión de marca personal o personal branding?](https://www.guillemrecolons.com/tag/stakeholders-internos/). Marketing Humano, Personal branding. Recuperado de: <https://www.guillemrecolons.com/tag/stakeholders-internos/>
- Gestión de los Interesados – Herramientas para analizarlos y lograr su participación en el proyecto. (2016). Blog Crislealblog. Tomado de: <https://normasapa.com/como-citar-referenciar-formato-apa-sin-tener-toda-la-informacion-disponible/>

- Oré, A. 2014. Identificar y priorizar Stakeholders. Tomado de: <https://es.slideshare.net/angeloremu/identificar-y-priorizar-stakeholders-sedipro-untels>
- Política Nacional de Responsabilidad Social. San José-Costa Rica (2017-2030). Guía Nacional de Informes y Reportes de Responsabilidad Social. Recuperado de: https://www.meic.go.cr/meic/documentos/8qt7vsn4p/Guia_InformesRS_120418.pdf
- Fernández García, Ricardo. (6 mayo de 2011). Instrumentos de gestión de la RSC. Las memorias de sostenibilidad. Recuperado de: <https://diarioresponsable.com/opinion/13676instrumentos-de-gestion-de-la-rsc-las-memorias-de-sostenibilidad->