

**Plan de Responsabilidad Social Empresarial Parque Tecnológico de Software del Meta y  
Amazorinoquía – ParqueSoft**

**Carlos Alexander Ramos Aristizábal  
Roberto Carlos González Brun  
Juan David Flórez Osorio  
Audry Adriana Duran Calderón  
Leidy Katerinne Bravo 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 Parque Tecnológico de Software del Meta y  
Amazorinoquía – ParqueSoft**

**Grupo 101008\_17:**

**Carlos Alexander Ramos Aristizábal  
Roberto Carlos González Brun  
Juan David Flórez Osorio  
Audry Adriana Duran Calderón  
Leidy Katherine Bravo Riveros**

**Tutor  
Ovelio Enrique Jiménez**

**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

Lista de tablas.	V
Lista de figuras.	VI
Resumen	1
Abstract	3
Palabras Claves	2
Key Words	4
Introducción	5
1 Objetivos (del diplomado)	6
1.1 Objetivo General	6
1.2 Objetivos Específicos	6
2 Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa Fundación ParqueSoft Meta y Amazorinoquía	8
2.1 Empresa Seleccionada:	8
2.2 Direccionamiento estratégico	9
2.2.1 Misión	9
2.2.2 Visión	9
2.2.3 Valores	9
2.3 Formato de Evaluación	10
2.4 Justificación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial	12
2.5 Organigrama de la Fundación ParqueSoftMeta y Amazorinoquía	14
3 Código de Conducta	15
3.1 Modelo gerencial Seleccionado: Clúster Industriales	15
3.2 Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.	17
3.3 Código de conducta de la Fundación ParqueSoft Meta y Amazorinoquia	18
3.3.1 Objeto del Código de Conducta	19
3.3.2 Ámbito de Aplicación del Código de Conducta	20
3.3.3 Principios Básicos	20
3.3.4 Código Ético y de Conducta	21
3.3.5 Cumplimiento del Código	30
3.4 Recursos financieros	31
3.4.1 Glosario	32
4 Stakeholders	34

4.1 Breve descripción de los Stakeholders	34
4.2 Mapa genérico de Stakeholders de cada uno de los participantes	34
4.3 Mapa genérico seleccionado con la respectiva explicación ampliada	37
4.3.1 Relación e interés de cada uno de los Stakeholders con ParqueSoft Meta y Amazorinoquía.	38
4.4 Matriz de relaciones (influencia vs Impacto) entre la empresa seleccionada y los Stakeholders (actores) identificados	42
5 Plan de Responsabilidad Social Empresarial	43
5.1 Plan de responsabilidad social empresarial	44
5.2 Plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholders)	55
5.3 Modelo de gestión recomendado	57
5.3.1 Justificación de la elección del modelo de informe de gestión	59
6 Conclusiones	61
7 Referencias Bibliográficas	61
Anexos	66

## Lista de Tablas

Tabla 1. Formato de evaluación del desempeño	10
Tabla 2 Recursos financieros	32
Tabla 3 Plan de Responsabilidad Social Empresarial	45
Tabla 4 Plan de comunicaciones	56

**Lista de Figuras.**

Figura 1. Logo Empresa	8
Figura 2: Organigrama	14
Figura 3: Componentes de un Cluster.	16
Figura 4: Elaboración propia	35
Figura 5: Elaboración propia	35
Figura 6: Elaboración propia	36
Figura 7: Elaboración propia	36
Figura 8: Elaboración propia	37
Figura 9: Elaboración propia	43

## Resumen

En el presente trabajo encontramos la propuesta que se realiza a la Fundación Parque Tecnológico de Software, Ciencia, Tecnología e Innovación del Meta y la Amazorinoquía – ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, sobre el plan de responsabilidad social y empresarial, donde se desarrolla la elaboración del código de conducta y se identifican los stakeholders, que se ven involucrados en la organización.

Así mismo dentro de este documento podremos encontrar temas que son de gran importancia para las organizaciones en cuanto a responsabilidad social, se pretende que este sirva como base para la implementación y puesta en marcha en ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, ya que para esta es un campo totalmente nuevo.

El plan de responsabilidad social empresarial que se desea implementar en la Fundación Parque Tecnológico de Software del Meta y Amazorinoquía, está basado en todos los aportes e investigaciones que se realizaron durante el curso Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial de la UNAD.

Dentro de estos aportes e investigaciones encontramos aspectos relevantes para la empresa Parque Tecnológico de Software del Meta y Amazorinoquía, los cuales le permitirán dar el valor a su marca e implementar la fidelización que requiere no solo a sus clientes internos sino también a sus consumidores.

## **Palabras Claves**

Responsabilidad social empresarial.

Stakeholders.

Código de Conducta.

Medio Ambiente.

Mejora continua.

## Abstract

In this work we present the proposal made to the **Foundation Technological Park of Software, Science, Technology and Innovation of Meta and Amazorinoquía –ParqueSoft Meta and Amazorinoquía**, on the social and business responsibility plan, where the code of conduct is developed and the stakeholders are identified, leading us to who are involved in the organization.

Also within this document we can find topics that are of great importance to organizations in terms of social responsibility, it is intended that this serves as a platform for the implementation and start-up on ParqueSoft Meta and Amazorinoquía, now this is a totally new field for them.

The corporate social responsibility plan that is to be implemented in the Foundation Technological Park of Software, del Meta y Amazorinoquía, is based on all the contributions and research that were carried out during the course *Diploma of Deepening in Strategic Management and Corporate Social Responsibility of the UNAD*.

Within these contributions and research, we find relevant aspects for the Foundation Technological Park of Software, del Meta y Amazorinoquía, which will allow them to give value to their brand and implement the loyalty that requires not only from them internal customers but also the consumers.

## **Key Words**

Corporate social responsibility.

Stakeholders.

Code of conduct

Environment.

Continuous improvement.

## **Introducción**

El presente documento recopila el trabajo que se realizó a lo largo de primer semestre del año 2019, en el marco del Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social, se presenta para optar por el título del programa Administración de Empresas de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.

Su contenido expone la identificación de la importancia y el posible impacto que el desarrollo e implementación de un plan de responsabilidad social empresarial pueda tener sobre una compañía y el cumplimiento de sus objetivos institucionales, es así, como posterior a diferentes propuestas y una selección argumentada, se elige a la Fundación Parque Tecnológico de Software, Ciencia, Tecnología e Innovación del Meta y la Amazorinoquía – ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, como la organización a la cual se le hace todo el análisis estratégico y la implementación de los contenidos estudiados a lo largo del diplomado, entendiéndose esto, que fue necesario un trabajo de campo al interior de la fundación y la intervención de información propia de ParqueSoft, siendo los estudiantes del diplomando los directos responsables del estudio, análisis, redacción y producción de conocimiento alrededor de las temáticas del curso.

Pensar en una fundación socialmente responsable exige una visión clara frente a la forma de hacer las cosas, teniendo presente en todo momento los grupos de interés – stakeholders, es por eso que un plan de responsabilidad social es una herramienta interna de gestión que sirve para crear un equilibrio entre lo que se quiere, se hace, la forma de comunicarlo y lo que desean las personas y grupos que rodean la organización; esta fue una premisa a la hora de desarrollar el contenido del presente documento.

## **1. Objetivos (del diplomado)**

Incorporar en la gerencia organizacional la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial que permita el incremento de la generación de valor de la empresa, los territorios y la sociedad, necesarios para el crecimiento económico, el mejoramiento de la calidad de vida, la equidad y la reducción de impactos ambientales.

Formar líderes empresariales para cualquier sector que promuevan estrategias de responsabilidad social empresarial; sustentable y sostenible en el tiempo.

### **1.1. Objetivo General**

Elabora un plan de responsabilidad social empresarial aplicable en una organización real, a partir del análisis situacional a nivel económico, social y ambiental, generando estrategias y herramientas para la organización en cada una de las fases requeridas para desarrollar un plan de RSE con indicadores y mecanismo de medición, que permitan minimizar los impactos negativos de problemas identificados.

### **1.2 Objetivos Específicos**

Identificar una organización con la cual se pueda poner en práctica cada una de las etapas que conlleven al desarrollo de un plan de responsabilidad social empresarial.

Proponer y formular un código de conducta aplicable a la organización seleccionada, de acuerdo a sus valores y objetivos institucionales, determinando su forma de implementación y seguimiento.

Proponer estrategias a nivel de marketing social y corporativo, que le permitan a la organización seleccionada, llevar a todos sus grupos de interés el mensaje definido, logrando un posicionamiento y reconocimiento en el entorno.

Reconocer, validar y diseñar el mapa de stakeholders de la organización, identificando el interés de cada uno de ellos en el desarrollo del objeto social.

Diseñar un plan de responsabilidad social empresarial para la organización, teniendo en cuenta las actividades y programas que se desarrollan internamente y de cara al mercado, logrando articular el cumplimiento de su objeto social con el interés de sus stakeholders.

Identificar y proponer un modelo de gestión que se adapte a las condiciones de la organización con la cual se ha trabajado a lo largo de las diferentes fases del diplomado.

## 2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa Fundación ParqueSoft Meta y Amazorinoquía

A continuación, se muestra información general de la organización seleccionada para aplicar cada una de las fases que contempla el diseño de un plan de responsabilidad social empresarial, así, como los argumentos que se tienen en cuenta para la elección de la organización.

### 2.1 Empresa Seleccionada

La organización seleccionada es; Fundación Parque Tecnológico de Software, Ciencia, Tecnología e Innovación del Meta y la Amazorinoquía –ParqueSoft – Meta y Amazorinoquía



Figura 1. *Logo Empresa*

Información General de la Organización seleccionada

- Dirección: Cr 28 N° 46 - 47 - La Grama - Villavicencio, Meta, Colombia
- Página Web: <http://parquesoftmeta.com>
- Correo: [info@parquesoftmeta.com](mailto:info@parquesoftmeta.com)

## **2.2 Direccionamiento estratégico**

Se contempla la misión, visión y valores institucionales como parte vital del direccionamiento de la organización, así;

### **2.2.1 Misión.**

“Somos un ecosistema digital comprometido con el fortalecimiento a emprendedores y el desarrollo de proyectos innovadores”

### **2.2.2 Visión.**

“Ser el clúster líder en el desarrollo de empresas de alto crecimiento en la Amazorinoquía”

### **2.2.3 Valores.**

Los principales valores de la Fundación Parque Tecnológico de Software, Ciencia, Tecnología e Innovación del Meta y la Amazorinoquía –ParqueSoftMeta y Amazorinoquía, son:

Confianza

Trabajo duro

Sinergia

Pasión

Confianza

Compromiso

Respeto

## 2.3 Formato de Evaluación

A continuación, se relaciona el Formato de Evaluación de desempeño de la empresa seleccionada.

Tabla 1. Formato de evaluación del desempeño

<b>Formato de evaluación Impacto empresa: ParqueSoft Meta y Amazorinoquía</b>			
	<b>Problema</b>	<b>Impacto</b>	<b>Prioridad atención (alta, media, baja)</b>
<b>Económico</b>	Interno: Alta inversión económica para la adecuación y mejoramiento de puestos de trabajo de empresas asociadas sin que se reciba el pago por parte de estas (coworking) de manera cumplida. Interno <b>Positivo</b> : La empresa genera oportunidades económicas para emprendedores de la región.	Negativo	Alta
	Externo: Disminución significativa de ingresos por venta de productos y servicios durante el último año.		
<b>Social:</b>	Interno: Rotación de personal durante el último año por cambio de dirección ejecutiva, ha generado insatisfacción y un mal ambiente laboral, sin que se haya realizado un manejo adecuado del tema. Interno: En la actualidad la implementación de una estrategia de acompañamiento y fortalecimiento de empresas asociadas, se ha visto afectada dada el cambio de administración, convirtiéndose en una falencia y necesidad inmediata la implementación de un modelo que permita fomentar la cultura de emprendimiento, innovación y competitividad como parte de la cultura organización y que esto, se transforme en una política de responsabilidad social empresarial al interior de la organización. Las directivas identifican la necesidad de esto, pero no tienen claro su implementación.	Negativo	Alta

---

**Interno Positivo:** a pesar de sus problemas internos la empresa ha logrado generar empleo y oportunidades de crecimiento en nuevos sectores tecnológicos.

---

**Externo:** Bajo posicionamiento de la entidad en la región, impide su participación en proyectos de impacto y la vinculación de nuevos emprendedores a la entidad. Fácilmente se puede decir que requiere de más espacio para implementar los servicios de Coworking, de igual forma, no cuenta con un mecanismo de PQRS

---

<b>Ambiental:</b>	<p>Interno: Ausencia de un plan ambiental para el manejo adecuado de espacios y puestos de trabajo, a tal punto que se ha visto el hacinamiento en oficinas, mal manejo de residuos y mala utilización de espacios compartidos.</p> <p>Interno: no se evidencia interés por parte de sus directivas ni sus trabajadores, en realizar algún tipo de gestión o acción en pro de mejorar el manejo ambiental en la entidad</p>	Negativo	Alta
-------------------	---	----------	------

---

**Externo:** La entidad no es ajena a los problemas de acueducto que vive la ciudad de Villavicencio, en donde el corte de agua es constante sin que se hagan previo aviso, lo que genera que en muchas ocasiones se vean las oficinas sin servicio de agua.

**Externo:** se puede visualizar con este indicativo que la empresa no tiene una situación favorable en la parte ambiental, pues presenta muchas falencias en el manejo de los recursos Naturales

---

Fuente: Elaboración propia

La tabla 1 muestra el análisis realizado a la empresa seleccionada frente a la evaluación de desempeño

## **2.4. Justificación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial**

El mundo empresarial actual exige que las empresas sean cada vez más competitivas al momento de prestar sus servicios y que sus actividades apunten hacia la sostenibilidad y la responsabilidad social, es por esto, que las organizaciones optan por implementar planes de responsabilidad social que les permitan crear y mantener una imagen positiva ante sus grupos de interés. La responsabilidad social empresarial juega un papel de suma importancia en las empresas, pues les sirve como herramienta para ser cada día más competitivas.

ParqueSoft es uno de los principales proveedores de soluciones de conocimiento y tecnologías de la Información - TI, servicios profesionales relacionados e integrador de sistemas para el mercado de América Latina.

Hoy cuenta con más de 20 ParqueSoft en diferentes partes del país, y aunque cada uno se maneja de manera independiente, conforman el mayor Clúster de arte digital, ciencia y tecnologías de la Información en Colombia y América Latina, con más de una década de presencia en el mercado. Dentro del Ecosistema se cuenta con más de 400 Empresas ágiles, se integran en un ambiente ideal para la innovación, transferencia y apropiación de conocimientos y experiencias de frontera en tecnologías informáticas de última generación.

ParqueSoft Meta y Amazorinoquía fue creada hace 11 años, y en la actualidad cuenta con 25 empresas y proyectos de emprendimiento, ejecuta proyectos con entidades públicas y privadas y tiene la experiencia de llevar a cabo diferentes negocios a lo largo de todo el territorio nacional.

En la actualidad la empresa no cuenta con un Plan de RSE dentro de su planeación estratégica, dejando de lado algunos elementos y estrategias que puedan coadyuvar en el mejoramiento de la competitividad y la optimización de sus recursos y el de todas sus empresas

asociadas, así, como el mejoramiento de su relacionamiento con sus diferentes grupos de interés, es por eso, que la implementación de un plan de responsabilidad social empresarial para la empresa propuesta, no solo ayudaría a identificar acciones para el cumplimiento de su objetivo misional, también, sería una herramienta importante para ampliar el impacto económico para la región.

Cabe aclarar que ParqueSoft Meta y Amazorinoquía tiene proyectos en la industria TI, y que funciona como una entidad que agrupa emprendedores que a su vez también tienen sus propios productos, creando un ambiente de trabajo colaborativo en el cual la entidad implementa acciones para potenciar el desarrollo de las empresas asociadas y ampliar el alcance de todos sus proyectos.

Uno de los puntos más delicados en la actualidad, es la necesidad de implementar programas de fortalecimiento de la innovación y gestión inteligente para las empresas asociadas, lo que pueda permitir un crecimiento adecuado y posicionamiento en la región y en el país, así como el fortalecimiento del trabajo en equipo y la cultura emprendedora como elementos fundamentales que permita asegurar el éxito y la constancia de las empresas.

La Fundación Parque Tecnológico de Software del Meta – ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, se define como un ecosistema digital comprometido con el fortalecimiento a emprendedores y el desarrollo de proyectos innovadores, lo cual se refleja que sus acciones, proyectos y procesos implementados diariamente. La organización es de carácter privado creada con el apoyo de instituciones de alto prestigio en el Departamento del Meta, como son la Cámara de Comercio de Villavicencio, la Empresa Electrificadora del Meta, la Universidad de los Llanos, Gases del Llano S.A., entre otras, durante los últimos 11 años ha demostrado liderazgo y participación activa en la Red Regional de Emprendimiento del Departamento del Meta y en el

Consejo Departamental de Ciencia, Tecnología e Innovación – CODECTI Meta. La entidad se ajusta a los criterios de selección sugeridos por el MinTic como entidad ejecutora para las convocatorias VDR y Sistema General de Regalías – SGR. En la actualidad cuenta con el reconocimiento ante Colciencias como Incubadora de Empresas.

## 2.5. Organigrama de la Fundación ParqueSoft Meta y Amazorinoquía

ParqueSoft Mea y Amazorinoquía, cuenta con una estructura organizacional que le permita al director ejecutivo la libertad de emprender acciones pensando en el cumplimiento del objeto social de la organización, pero al mismo tiempo, los emprendedores cumplen un papel de veeduría de su trabajo, ya que son representados en la Junta Directiva y toman decisiones a través de la Asamblea General.

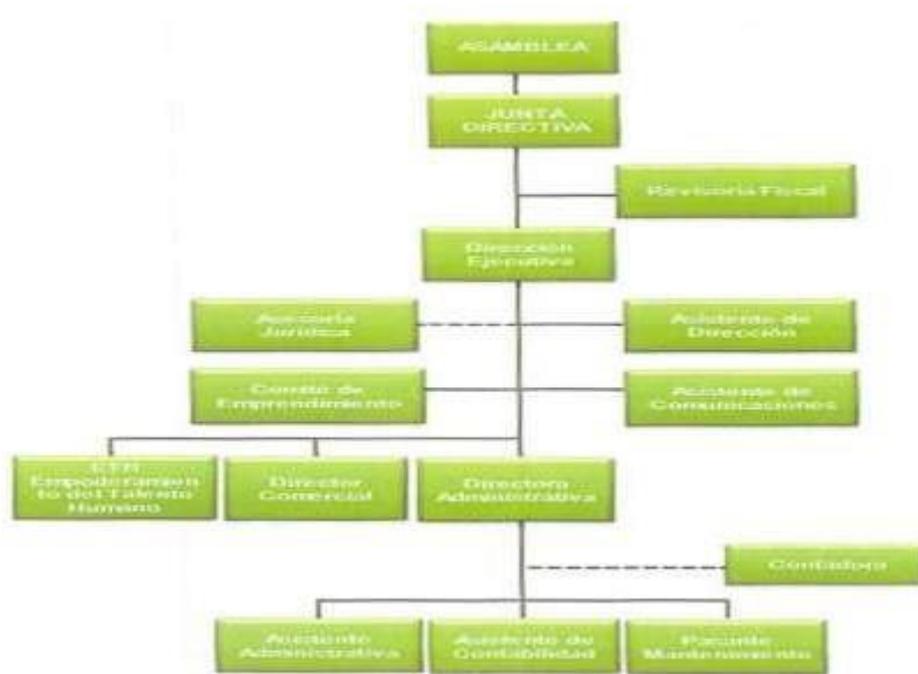


Figura 2: Organigrama. La figura muestra la estructura organizacional de ParqueSoft Meta y Amazorinoquía.

### **3. Código de Conducta**

En el presente apartado se encuentra la determinación de un modelo gerencial acorde a la estructura de ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, así como la elaboración de un código de conducta que permita establecer los parámetros de comportamiento de todos los miembros de la comunidad ParqueSoft, permitiendo trabajar en un ambiente de compañerismo, respeto, trabajo colaborativo y transparencia.

#### **3.1 Modelo gerencial Seleccionado: Clúster Industriales**

Los Clúster son concentraciones de empresas en un mismo sector que abarca todos los tópicos posibles en desarrollo de los objetivos generales del grupo como los insumos, el mercado, el conocimiento, la administración de recursos, entre otros. Su nombre mismo indica su diseño y comportamiento empresarial, ya que conforman un grupo o racimo de empresas que pueden incluir organismos gubernamentales, privados o mixtos, centros de educación, investigación o cualquier proceso que les sirva de apoyo técnico o científico. La ventaja de estas uniones es la eficiencia que adquieren como grupo, la posibilidad de presentar soluciones robustas a las necesidades del mercado, les dan una ventaja competitiva.

Los Clúster también pueden verse como un conjunto o grupo de empresas pertenecientes a diversos sectores, ubicadas en un área geográfica limitada, interrelacionadas vertical, horizontal y colateralmente en torno a unos mercados, a unas tecnologías y a unos capitales productivos, formando un sistema interactivo en el que se puede mejorar la competitividad de toda una región. Pueden entenderse como estrategias del estado para poder fortalecer las empresas y atender mercados globales.



Figura 3: Componentes de un Clúster. La figura muestra el comportamiento de un clúster en un contexto determinado. **Elaborado por García J & otros (2005)**

En la Figura anterior se pueden ver los componentes de un clúster cuyos resultados son la colaboración efectiva, la asociatividad competitiva, el acceso a los mercados y la creación de capital social que está referido a las instituciones, relaciones, actitudes y valores que dan forma a las relaciones de las personas y que contribuyen al desarrollo económico y social de una región.

Los beneficios que traen los clústeres a las empresas son:

- Desarrollar un trabajo colaborativo.
- Sobrevivir en la Globalización.
- Generar mayor valor agregado y competitividad.
- Disponer de mayor poder adquisitivo y de negociación.
- Acceder a nuevos mercados.
- Generar conocimiento, tecnologías e innovación.
- Lograr la estandarización de los productos y el mejor manejo de las marcas.

- Prestar un servicio al cliente de calidad.
- Mejorar el costo unitario de los insumos.
- Posibilidades de implementar estrategias de CoWorking.
- Mayor capacidad de investigación aplicada.
- Mayores posibilidades de alianzas y procesos articulados con la academia.
- Aprovechar la red logística del grupo de las empresas que conforman el clúster.
- Manejar de una manera descentralizada las operaciones y el intercambio de información.
- Mejorar la imagen de la empresa, de sus productos y de sus servicios.
- Potenciar las condiciones positivas de negocios de una región con la atracción de inversiones, acceso a las nuevas tecnologías y el conocimiento, la generación de empleos y el aumento de la calidad de vida de sus habitantes.

Establecer el código de conducta de ParqueSoft Meta, teniendo en cuenta que de acuerdo a sus características y condiciones se comporta como una entidad donde el modelo gerencial ideal es el Clúster, es más factible, ya que se tiene claros los principios y objetivos.

Un código de conducta de una empresa se debe entender como una herramienta establecida de manera voluntaria por los miembros de la empresa, en la cual se exponen una serie de principios que se compromete unilateralmente a seguir. Muchas veces, estos principios alcanzan a las entidades que hacen parte de su contexto, tales como proveedoras, subcontratistas y terceristas. Y se debe ver como la columna vertebral a nivel ético y moral de la organización, ya que su cumplimiento hace parte del compromiso con todos sus grupos de interés.

### **3.2 Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.**

Para la construcción del código de conducta se deben tener en cuenta varios pasos:

**Decisión de la alta Gerencia:** Son los encargados de presentar la decisión de este instrumento y de comunicar la importancia de la ética y su acatamiento para la empresa, así como para todos los miembros de la organización y el resto de las personas interesadas.

**A quien aplica:** En el código de conducta se debe detallar a quienes va dirigido (trabajadores, proveedores, etc.).

**Conformación del equipo:** Las personas que estén a cargo de la construcción del manual deben realizar un cronograma de trabajo y especificar las actividades a desarrollar.

**Instancias de sensibilización y participación:** Se recomienda efectuar seminarios de sensibilización a todos los miembros de la empresa, donde se integren los diferentes niveles existentes en esta y se aborden temas de interés como, conflictos de interés, confidencialidad de la información, normas legales, entre otros.

**Recopilación de insumos y redacción provisoria:** Los integrantes del grupo de trabajo podrán escoger la información recibida y escribir los contenidos del Código, para la redacción del código no existen normas, la empresa lo hará basada en las necesidades que presenta y las necesidades de su grupo de interés.

**Consultas multisectoriales:** Cuando se haya realizado la primera adaptación del código se debe volver a socializar este a todos los niveles de la empresa con el fin de volver a recoger las contribuciones y correcciones, y luego poder realizar la redacción final del Código.

**Consulta a peritos:** Cuando ya se posea el documento boceto se deberá socializar con los asesores legales de la organización, así mismo con individuos u organizaciones aptas en el tema.

### **3.3 Código de conducta de la Fundación ParqueSoft Meta y Amazorinoquía**

A continuación, se exponen todos los elementos que se tienen en cuenta a la hora de la construcción del Código de Conducta

### **3.3.1 Objeto del Código de Conducta.**

El Código de Conducta de ParqueSoft Meta y Amazorinoquía tiene como objetivo establecer los valores que deben guiar el comportamiento tanto de la organización, como de todas las empresas asociadas y de los miembros de estas. También tiene como objetivo ayudar a consolidar una cultura colectiva de colaboración aceptada y respetada por todos sus empleados, directivos y miembros de la comunidad parquesina.

Esta cultura pretende orientar las relaciones entre funcionarios de la Fundación; las actuaciones de éstos con clientes, proveedores y colaboradores externos; y las empresas asociadas con la totalidad de grupos de interés.

El presente Código de Conducta se configura como punto de partida y afecta al conjunto de actividades del objeto social de ParqueSoft Meta y Amazorinoquía. Teniendo claro que la totalidad de acciones se basan en el respeto por los valores: la honestidad, la integridad, la transparencia y la seguridad.

ParqueSoft Meta y Amazorinoquía promoverá que todas sus empresas y emprendedores asociados, colaboradores, funcionarios y clientes o entidades colaboradoras adapten su comportamiento a pautas de actuación similares a las que se definen en este.

### **3.3.2 Ámbito de Aplicación del Código de Conducta.**

Este Código de Conducta va dirigido a todas las personas que hacen parte del área administrativa, directiva y colaboradores de la Fundación ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, así como a los diferentes emprendedores líderes de las empresas asociadas y a sus colaboradores.

Dadas las características de organización que agrupa empresas del sector TI de la región, este código de conducta, deberá ser conocido y aceptado por todas y cada una de las empresas que ingresan a hacer parte de la comunidad, y deberá ser adoptado al interior de ellas. La dirección ejecutiva y la junta directiva como órgano rector de la Fundación, deberán propender por su difusión y entendimiento, utilizando los medios con los que cuenta para tal fin.

### **3.3.3 Principios Básicos.**

ParqueSoft Meta y Amazorinoquía espera que todas las empresas, emprendedores y colaboradores que hacen parte activa de la comunidad, cumplan los principios éticos que se indican a continuación, y que se vean reflejados en el relacionamiento con todos los grupos de interés:

- Promover la sinceridad, la equidad, la veracidad, el cumplimiento de los compromisos, la libre competencia y la transparencia.
- Innovar para desarrollar nuevas tecnologías que contribuyan a mejoras sociales y medioambientales.
- Actuar conforme a las leyes nacionales e internacionales que sean de aplicación.
- Contribuir a la preservación del entorno natural y colaborar con el desarrollo y bienestar de las comunidades.
- Promover unas buenas condiciones de trabajo y un ambiente de colaboración, respetando los derechos laborales.

### **3.3.4 Código Ético y de Conducta.**

El Código de Conducta de la Fundación Parque Tecnológico de Software, Ciencia, Tecnología e Innovación del Meta y la Amazorinoquía –ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, estará regido por los siguientes artículos, y todos los miembros de la comunidad, sean ellos funcionarios, emprendedores, empresas asociadas y/o colaboradores, se comprometen a cumplirlo en su totalidad al momento de ingresar a la organización, su incumplimiento de manera parcial o total, podrá ser causal de retiro de la organización, dicha decisión deberá ser tomada por las instancias establecidas en el código de conducta.

#### Artículo 1: Cumplimiento de las Leyes y Respeto a los valores éticos

ParqueSoft Meta y Amazorinoquía sus funcionarios, emprendedores y empresas asociadas, asumen el compromiso de desarrollar sus actividades empresariales y profesionales de acuerdo a la legislación vigente en cada uno de los lugares donde se desarrollen, observando un elevado comportamiento ético. Esto quiere decir que el cumplimiento de todas las leyes y regulaciones aplicables nunca debe comprometerse. Además, los empleados deberán adherirse a las normas y regulaciones internas según las mismas resulten aplicables en una situación determinada.

Todos los miembros de la comunidad parquesina que participen en el registro, elaboración, revisión o reporte de la información financiera deberán conocer y cumplir tanto la normativa legal como las normas y procedimientos de control interno que afecten al desarrollo de su trabajo. Ningún empleado colaborará conscientemente con terceros en la violación de ninguna ley, ni participará en ninguna actuación que comprometa el respeto al principio de legalidad.

## Artículo 2. Conflicto de interés

Un conflicto de intereses se produce cuando los intereses personales de un funcionario, emprendedor o empresa asociada, compiten con los intereses de ParqueSoft Meta y Amazorinoquía. En esta situación siempre se deberá actuar en función de los mejores intereses para la comunidad.

Ante situaciones en las que pueda existir alguna duda y un posible conflicto de intereses, el involucrado deberá informar a ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, a través del director Ejecutivo de la Fundación y evitar tomar una decisión de la que se pueda sospechar ha actuado en contra de los intereses de la empresa.

## Artículo 3. Respeto por el Capital Humano e Igualdad

ParqueSoft Meta y Amazorinoquía se siente orgulloso de contar con las mejores personas para el desarrollo de soluciones para el sector TI, así, como empresas en constante crecimiento y con un gran potencial de desarrollo en el mercado local e internacional, es por eso que todos los miembros de la comunidad ParqueSoft deben tratarse con respeto, propiciando un entorno de trabajo agradable, saludable y seguro.

Todos los funcionarios, emprendedores y empresas asociadas, tienen la obligación de tratar de forma justa y respetuosa a sus compañeros, a sus superiores y a sus subordinados. De la misma forma, las relaciones entre los empleados de ParqueSoft Meta y Amazorinoquía y los de las entidades colaboradoras y asociadas, estarán basadas en el respeto profesional y la colaboración mutua. La organización rechaza cualquier manifestación de acoso físico, psicológico, moral o de abuso de autoridad, así como cualquier otra conducta que pueda generar un entorno intimidatorio u ofensivo con los derechos de las personas.

ParqueSoft Meta y Amazorinoquía promueve y respeta el derecho de libertad de asociación y negociación colectiva en el ámbito laboral. De igual forma se promueve la diversidad de género así como el desarrollo profesional y personal de todos quienes hacen parte de la comunidad, asegurando la igualdad de oportunidades a través de sus políticas de actuación y tomando el mérito y la evaluación del desempeño como bases objetivas de la promoción profesional. No se aceptará bajo ninguna justificación ningún tipo de discriminación por motivos de edad, raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional, orientación sexual, origen social o discapacidad.

De igual forma, ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, velará en todo momento por el cumplimiento de las disposiciones de la Organización Internacional del Trabajo, especialmente en relación con los menores de edad, no admitiendo ningún tipo de trabajo infantil.

Las personas que ejercen cargos de dirección tanto en la Fundación, como en las empresas asociadas deben actuar como facilitadores del desarrollo profesional de sus colaboradores, es por esto, que la Fundación promoverá planes de formación en conocimientos puntuales, que sean en beneficio de la comunidad, comprometiéndose en el mejoramiento de los conocimientos de todos los miembros de la organización, como elemento clave para el desarrollo de los mejores productos, pensando en la satisfacción del cliente.

#### Artículo 4. Ambiente de Cooperación

ParqueSoft Meta y Amazorinoquía propicia un entorno de trabajo colaborativo y de constante cooperación entre sus funcionarios y las empresas asociadas, entendiendo que el trabajo en equipo es clave para un mejor aprovechamiento de todas las capacidades y recursos. Para esto, se han determinado unas adecuadas instalaciones de trabajo, asegurando espacios físicos con

todos los recursos que los emprendedores requieran para el desarrollo de productos para el sector TI; salas de juntas, oficinas, laboratorios de pruebas, laboratorios de móviles, sala de imagen, entre otros, son los espacios con los que se cuenta, y deberán ser cuidados y tratados con responsabilidad por parte de toda la comunidad.

ParqueSoft Meta y Amazorinoquía fomenta el sentimiento y orgullo de pertenencia entre sus colaboradores, emprendedores y empresas asociadas, a partir de la implementación de unos adecuados medios de comunicación, y actividades de cooperación, en las cuales la participación de todos es fundamental.

De igual forma, ParqueSoft Meta y Amazorinoquía pone a disposición de todos los miembros de la comunidad la totalidad de recursos con los que cuenta como apoyo para el desarrollo de las diferentes iniciativas de las empresas asociadas. Todos los recursos deberán ser utilizados de forma responsable, y apropiada en el entorno de su actividad profesional. Asimismo, deben protegerlos y preservarlos de cualquier uso inadecuado del que pudieran derivarse perjuicios para los intereses de la organización, en caso de presentarse algún tipo de daño, la empresa asociada responsable de su uso en el momento, será quien asuma los gastos de reparación.

#### Artículo 5. Seguridad y Salud en el trabajo

ParqueSoft Meta y Amazorinoquía impulsa la adopción de políticas de seguridad y salud en el trabajo y adopta las medidas preventivas establecidas en la legislación vigente del país, de acuerdo a esto, ha definido su Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), pensando en la prevención de lesiones y enfermedades de las personas que hacen parte de la comunidad.

ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, también promueve y exige a las empresas asociadas a que implementen su propio Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), siendo este un requisito para hacer parte de procesos de contratación con la Fundación y como parte del cuidado y prevención de accidentes que hace ParqueSoft Meta y Amazorinoquía.

Asimismo, ParqueSoft Meta y Amazorinoquía promueve la aplicación de sus normas y políticas de salud y todos los miembros de la fundación deben conocer y cumplir las normas de protección de la salud y seguridad en el trabajo y velar por la seguridad propia, de otros funcionarios, de clientes, proveedores, colaboradores y, en general, de todas las personas que pudieran verse afectadas por el desarrollo de sus actividades.

#### Artículo 6. Uso y Cuidado de la Imagen de la Fundación

ParqueSoft Meta y Amazorinoquía identifica su imagen como uno de sus recursos más importantes, es por eso que todos los miembros de la comunidad deben hacer un buen uso del nombre de la organización, pensando en preservar la confianza ante la comunidad, los clientes, aliados y entidades de toda la región y el país.

Los emprendedores y empresas asociadas, podrán hacer uso de la imagen de ParqueSoft Meta y Amazorinoquía en procesos de gestión de negocios, siempre y cuando sea autorizado previamente por la dirección ejecutiva de la organización, y deberán tener especial cuidado del uso que se haga.

De igual forma, se aclara que la imagen de la Fundación no podrá ser utilizada en actividades de carácter político, religioso, o en cualquier espacio donde se promueva la segregación o exclusión.

### Artículo 7. Contra la Corrupción

ParqueSoft Meta y Amazorinoquía está en contra de influir sobre la voluntad de personas ajenas a la fundación o de participar de procesos poco claros para obtener algún beneficio mediante el uso de prácticas no éticas. De igual forma, no se permite su tener relación laboral o desarrollar proyecto conjuntos, con personas o entidades que puedan utilizar estas prácticas.

Todos los miembros de la comunidad ParqueSoft, deberán evitar participar en licitaciones, convocatorias o negocios, en los cuales, se pidan y ofrezcan beneficios para poder obtener una ganancia puntual, así mismo, la fundación no acepta el pago de comisiones o similares a funcionarios públicos o funcionarios de las entidades con las cuales se tengan relaciones comerciales, se entiende que todo negocio y/o actividad comercial se debe realizar de manera transparente, ética y bajo el principio de legalidad.

Los funcionarios, emprendedores y empresas asociadas que estén vinculados con ParqueSoft Meta y Amazorinoquía deberán actuar conforme a las leyes que sean de aplicación y, en ningún caso, podrán recurrir ni tolerar sobornos de terceros hacia la Fundación, sus colaboradores, siendo aplicado el mismo principio en sentido contrario.

Cualquier funcionario, emprendedor y/o empresa asociada, que sea descubierto utilizando el nombre de ParqueSoft Meta y Amazorinoquía en procesos poco transparentes, será sancionado y podrá llegar a ser expulsado, dependiendo de la situación y el nivel de afectación de la comunidad.

### Artículo 8. Manejo de la información

ParqueSoft Meta y Amazorinoquía concibe el conocimiento y la información como la materia prima a partir de la cual se desarrollan la totalidad de productos del sector TI, vital para la

gestión de todas las empresas asociadas, por lo que entiende la importancia del cuidado que se debe tener del conocimiento y la información.

La totalidad de la información generada por parte de funcionarios de la Fundación, así como la generada por emprendedores y/o empresas asociadas, que tengan que ver con proyectos liderados por ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, deberá permanecer dentro de los archivos de la Fundación, y su uso es exclusivo de la entidad. Para esto, la Fundación definirá los servidores y tipos de archivos en los cuales se debe almacenar y administrar la información, así como los protocolos de seguridad para evitar su vulnerabilidad.

Todos los funcionarios de la Fundación que introduzcan cualquier tipo de información en los servidores de ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, deben velar para que ésta sea rigurosa y fiable, y deberán contar con la autorización del funcionario responsable de los servidores. De igual forma, se deberán hacer copias de seguridad de la información de manera periódica para evitar daños o pérdida de información.

Todos los funcionarios deben guardar la más estricta confidencialidad sobre toda aquella información reservada a la que accedan como consecuencia del desempeño de su actividad profesional y deberán abstenerse de utilizarla indebidamente en beneficio propio o de terceros. Ante cualquier duda sobre el carácter de la información, los funcionarios deben considerarla como reservada mientras no se les indique lo contrario.

Los funcionarios que, por motivo del desempeño de su actividad profesional, tengan acceso a información de otros funcionarios, respetarán y promoverán la confidencialidad de esta información y harán uso responsable y profesional de la misma.

Los recursos tecnológicos que sean de propiedad de ParqueSoft Meta y Amazorinoquía y que pone a disposición de toda la comunidad no pueden utilizarse para emitir en nombre del

grupo opiniones personales que vayan en contra de los principios básicos de la Fundación.

Tampoco podrán ser utilizados para:

Almacenar o distribuir, ni visitar sitios de Internet con, material inapropiado que atente contra los derechos humanos a la intimidad, el honor, la propia imagen, la libertad religiosa; o contra la dignidad de las personas como racismo, xenofobia, apología de la violencia o del terrorismo, y material pornográfico o de apología sexista.

Usar, introducir, descargar, copiar, transmitir, reproducir, distribuir o almacenar cualquier tipo de software, obra editada o invención protegida por la propiedad intelectual o industrial sin la correspondiente licencia o autorización.

Realizar o participar en envíos masivos de correos electrónicos con cadenas de mensajes, bromas, o imágenes inapropiadas.

Todos los productos de software, aplicaciones, sistemas de información o códigos, generados en el marco de negocios liderados por ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, serán registrados ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor, como propiedad patrimonial de la Fundación, respetando en todo momento los derechos morales y aquellos que la ley protege.

ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, promueve entre los emprendedores y las empresas asociadas, la protección de datos y el registro de los productos desarrollados, como una acción que permita su crecimiento y el mejoramiento de la competitividad de dichas empresas.

Sin embargo, el registro y el cuidado de la información, así como las políticas de seguridad de las empresas asociadas, son su responsabilidad, ParqueSoft Meta y Amazorinoquía prestará un apoyo a las empresas asociadas para que avancen en el tema, pero no asume ninguna responsabilidad.

### Artículo 9. Respeto por el Medio Ambiente

Entiéndase por medio ambiente, "el conjunto de componentes físicos, químicos y biológicos externos con los que interactúan los seres vivos" y por lo tanto; la empresa ParqueSoft Meta y Amazorinoquía aporta para el mejoramiento y beneficio, no solo de la empresa sino también de la sociedad, por las siguientes acciones:

- Determinar objetivos y metas ambientales
- Identificación y control de impactos y aspectos ambientales
- Preparación y respuesta ante emergencias y riesgos potenciales
- Establecimiento de una política ambiental
- Alcance de los objetivos y logro de las metas establecidas
- Cumplimiento de la legislación vigente
- Identificación de oportunidades ambientales
- Implementación del SGA de acuerdo con los requisitos de la norma NTC – ISO 14001
- Logro de la certificación ISO 14001
- Supervisión y mejoramiento continuo del desempeño ambiental

#### **3.3.5 Cumplimiento del Código.**

ParqueSoft Meta y Amazorinoquía debe comunicar y difundir entre todos los integrantes de la comunidad el presente código de ética y conducta, así como hacerlo conocer de sus proveedores, clientes y demás grupos de interés.

Cualquier funcionario, emprendedor o empresa asociada, deberán informar a la dirección ejecutiva de la Fundación sobre cualquier incumplimiento o vulneración de las conductas recogidas en este documento.

Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta Para la construcción del Código de Conducta la empresa ParqueSoft Meta utilizará recursos financieros de la actividad principal de la empresa que es la gestión de las tecnologías y su relación con el desarrollo económico y social de la Amazonia y Orinoquia.

Por otro lado, las decisiones de inversión son grandes decisiones financieras que debe tomar la empresa, por lo cual la gerencia será la encargada de tomar dicha decisión teniendo en cuenta los costos y los beneficios que traerá la ejecución del código, además se debe tener claro que para esta inversión los beneficios no se producirán rápidamente, entonces teniendo en cuenta lo anterior se pueden generar por tiempos más o menos largos.

También para la decisión de inversión en el código de conducta la gerencia debe tener en cuenta que:

- El código de conducta ayuda a proteger la popularidad de la compañía.
- Guía todas las decisiones de la administración, fundando en un marco común.
- Determina modelos de comunicación que permite relacionarse con la audiencia externa.
- Ayuda a resguardar la popularidad y la posición legal de la empresa en caso de un quebrantamiento de alguna norma por parte de un colaborador.
- Demarca las acciones legales y las que están al margen de la ley para que sean de conocimiento de todos.
- Puede instaurar qué información es privada y su manejo.
- Ofrece las reglas de circunstancias habituales de conflictos de interés.
- Al instaurar las medidas de negociación, se evitan circunstancias poco claras.
- ParqueSoft Meta debe tener en cuenta en su presupuesto los recursos económicos para crear un comité de ética el cual tendría las siguientes responsabilidades:

- Reporte al representante legal.
- Asegurarse de la divulgación adecuada del código no solo a los miembros, sino también a la parte externa que hace parte de la empresa (clientes, público en general).
- Realizar las actualizaciones necesarias que permitan que el código tenga más solidez cada día.
- Realizar los llamados de atención a la administración o personas que estén omitiendo o parezca que omiten los principios éticos de la empresa.
- Deben estar dispuestos a escuchar a los individuos que necesiten asesoría acerca de cómo deben actuar en determinada situación con el fin de no faltar al código de ética.
- Debe estar constante comunicación con el área indicada para dar a conocer las actualizaciones o comunicado especial que respecte al código de conducta.

### 3.4 Recursos financieros

El proceso de difusión y socialización del código de conducta, establece la realización de una serie de actividades y procesos informativos y de sensibilización entre la comunidad parquesina, esto requiere una asignación de recursos económicos, los cuales se relacionan en la siguiente tabla.

<b>Recursos Financieros</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
<b>1</b>	Organización y Publicación del Organigrama	Actualizar y publicar el Organigrama,	N/A

1	Cartelera Informativa	Publicar el empleado del mes, brindar un incentivo, teniendo en cuenta el buen desempeño laboral y personal que haya tenido.	\$300.000
4	Capacitaciones a todo el personal	Realizar periódicamente capacitaciones al personal sobre comunicación asertiva, Sociedad y medio ambiente, Resolución de conflictos.	\$1.400.000
1	Redes Sociales Corporativa	Aprovechando las tendencias tan marcadas hacia las redes sociales se puede crear una Red Social corporativa en la cual participen todos los stakeholders	\$1.000.000
1	Vídeo Llamadas Skype	Utilizar este medio de comunicación para interactuar con todos los stakeholders, realizar reuniones, comités etc.	N/A
4	Folletos	Diseñar campañas de concientización y divulgación del código de conducta.	\$1.200.000
1	Publicación Instantánea	Utilización del correo institucional para las diferentes divulgaciones de campañas boletines informativos.	N/A
1	Llamadas telefónicas	Brindar información por medio de mensajes pregrabados	\$300.000

Tabla 2. Fuente: Elaboración propia

La tabla 2 muestra la estrategia de comunicación y difusión del código de conducta, así, como la asignación de recursos financieros para tal fin.

### 3.4.1 Glosario

**Comunicaciones:** Conjunto de medios que sirven para poner en contacto lugares o personas, especialmente, los servicios de correos, teléfonos, telégrafos, faxes y vías de comunicación como carreteras, ferrocarriles, etc.(Spanish Oxford Living, s.f.)

**Confidencialidad:** Se trata de una propiedad de la información que pretende garantizar el acceso sólo a las personas autorizadas.(Gardey, 2010)

**Código de Conducta:** El código de conducta es una guía que define el marco de interacción entre colaboradores como los diferentes grupos de interés. de Conducta, C., & Responsables, P. Código de Conducta.

**Conducta:** Manera de comportarse una persona en una situación determinada o en general.(Spanish Oxford Living, s.f.)

**Conflicto:** Oposición o desacuerdo entre personas o cosas(spanishDict, s.f.)

**Cultura:** Conjunto de conocimientos e ideas no especializados adquiridos gracias al desarrollo de las facultades intelectuales, mediante la lectura, el estudio y el trabajo.(Spanish Oxford Living, s.f.)

**Estrategias:** proceso seleccionado a través del cual se prevé alcanzar un cierto estado futuro.(Merino, Definicion.DE , 2008)

**Legalidad:** Condición o situación de lo que constituyen actos legales(Gardey., 2014)

**Ética:** Disciplina filosófica que estudia el bien y el mal y sus relaciones con la moral y el comportamiento humano.(CONCEPTODEFINICON.DE, 2014)

**Organización:** Son estructuras administrativas creadas para lograr metas u objetivos con apoyo de los propios seres humanos, y/o con apoyo del talento humano o de otras características similares. Están compuestas por sistemas de interrelaciones que cumplen funciones especializadas. También es un convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico.(Wikipedia, s.f.)

**Proveedores:** Empresa o persona física que proporciona bienes o servicios a otras personas o empresas.(Wikipedia, s.f.)

**Valores Corporativos:** son elementos propios de cada negocio y corresponden a su cultura organizacional, es decir, a las características competitivas, condiciones del entorno y expectativas de sus grupos de interés como clientes, proveedores, junta directiva y los empleados.

## **4. Stakeholders**

En el siguiente apartado se encuentra toda la información referente a los grupos de interés o Stakeholders de ParqueSoft Meta y Amazorinoquía.

### **4.1 Breve descripción de los Stakeholders**

Los Stakeholders, un término muy difícil de traducir literalmente al español, pero se puede interpretar como las personas (individuales y colectivas) y organizaciones como clientes, patrocinadores, organización ejecutante y el público, involucrados y afectadas activamente en el cumplimiento del objeto social de cualquier organización. También se les conoce como interesados, involucrados o actores del proyecto.

### **4.2 Mapa genérico de Stakeholders de cada uno de los participantes**

A continuación, se muestra las diferentes propuestas de mapas de Stakeholders presentadas por cada uno de los integrantes del grupo de estudio. A partir de la argumentación para su elaboración, se tomó la decisión de utilizar uno de ellos como referente para continuar con el proceso con ParqueSoft Meta y Amazorinoquía.

Mapa presentado por Carlos Alexander Ramos

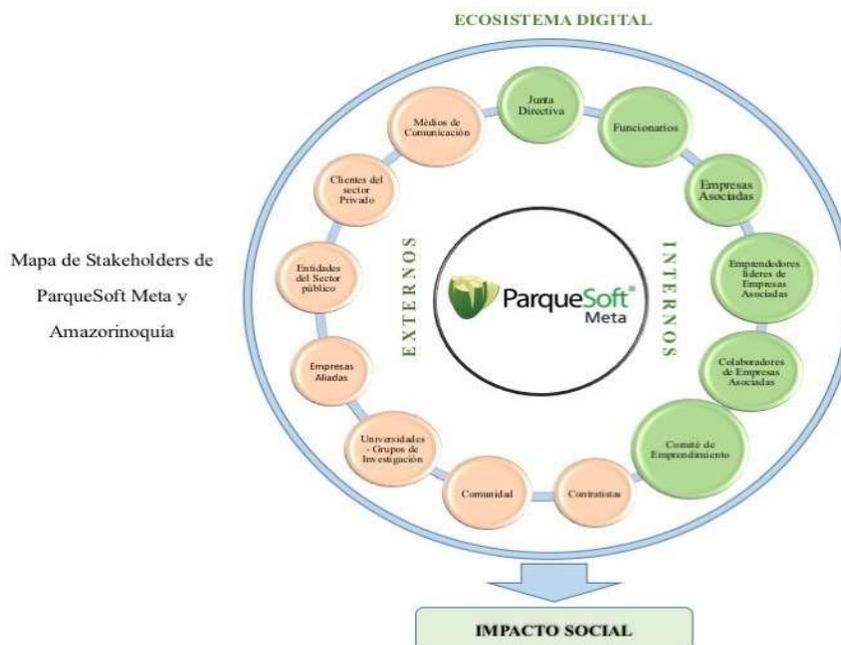


Figura 4: Elaboración propia

Mapa presentado por Roberto Carlos González Brun



Figura 5: Elaboración propia

Mapa presentado por Juan David Flórez Osorio



Figura 6: Elaboración propia

Mapa presentado por Roberto Audry Adriana Duran



Figura 7: Elaboración propia

Mapa presentado por Roberto Leidy Katerine Bravo



**Figura 8: Elaboración propia**

#### **4.2 Mapa genérico seleccionado con la respectiva explicación ampliada**

De los mapas propuestos, se seleccionó uno que logre describir a todos y cada uno de los Stakeholders de la organización

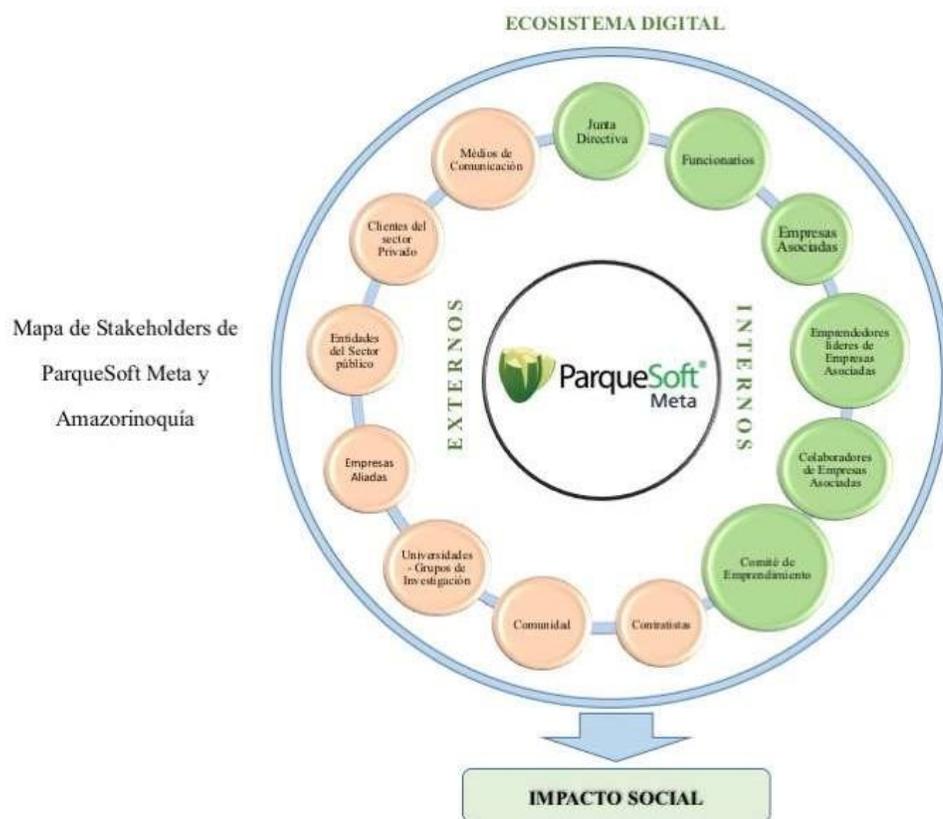


Figura 9: Elaboración propia

#### 4.3.1 Relación e interés de cada uno de los Stakeholders con ParqueSoft Meta y Amazorinoquía.

##### Internos

- Junta Directiva; Es el órgano rector de la organización, vigila las acciones emprendidas por el director ejecutivo para el cumplimiento de las actividades en pro de lograr los objetivos misionales, se reúnen periódicamente y toma decisiones pensando en el bienestar de la organización y de todos sus miembros. Tiene la capacidad de aprobar o desaprobar presupuestos, proyectos y actividades; todo esto a la luz de los estatutos de la organización.

- Funcionarios; Deben cumplir a cabalidad el rol asignado y bajo el cual fue contratado por la organización, a cada uno de ellos se le establecen metas que debe cumplir y periódicamente se les hace una veeduría. Entre los funcionarios se tiene a
  - Director Ejecutivo
  - Director Administrativo y Financiero
  - Director Comercial y de nuevos negocios
  - Director de Emprendimiento
  - Contador
  - Revisor Fiscal
  - Documentalista
  - Director Tecnología
- Empresas Asociadas; Todas las empresas que hacen parte del Clúster, empiezan a ocupar un espacio físico dentro de las instalaciones y se vinculan de manera activa en la estrategia, es una empresa asociada. Su responsabilidad es asumir los compromisos con la organización, respetar a las demás empresas y aportar en la construcción de proyectos y planes planteados por ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, de igual forma, se cuenta con un manual de emprendimiento donde se estipulan todos los compromisos que las empresas asociadas asumen con la organización.
- Emprendedores; Son todas las personas que lideran las empresas o proyectos vinculados por la organización, su compromiso es total y están dispuestos en todo momento a aportar ideas y tiempo para el bienestar de toda la comunidad parquesina.

- Colaboradores de Empresas Asociadas; Son los funcionarios de las empresas Asociadas, no son funcionarios de ParqueSoft, pero deben cumplir responsablemente con las normas de convivencia que establece la organización.
- Comité de Emprendimiento; Es el órgano que establece la metodología de ingreso, permanencia y expulsión de empresas asociadas y emprendedores de ParqueSoft Meta y Amazorinoquía. Está conformado por emprendedores con experiencia y reconocidos dentro de la comunidad ParqueSoft. Se reúne periódicamente, cuenta con un plan de trabajo y presupuesto asignado y aprobado por la junta directiva. Le presenta informes a la junta directiva.

#### Externos

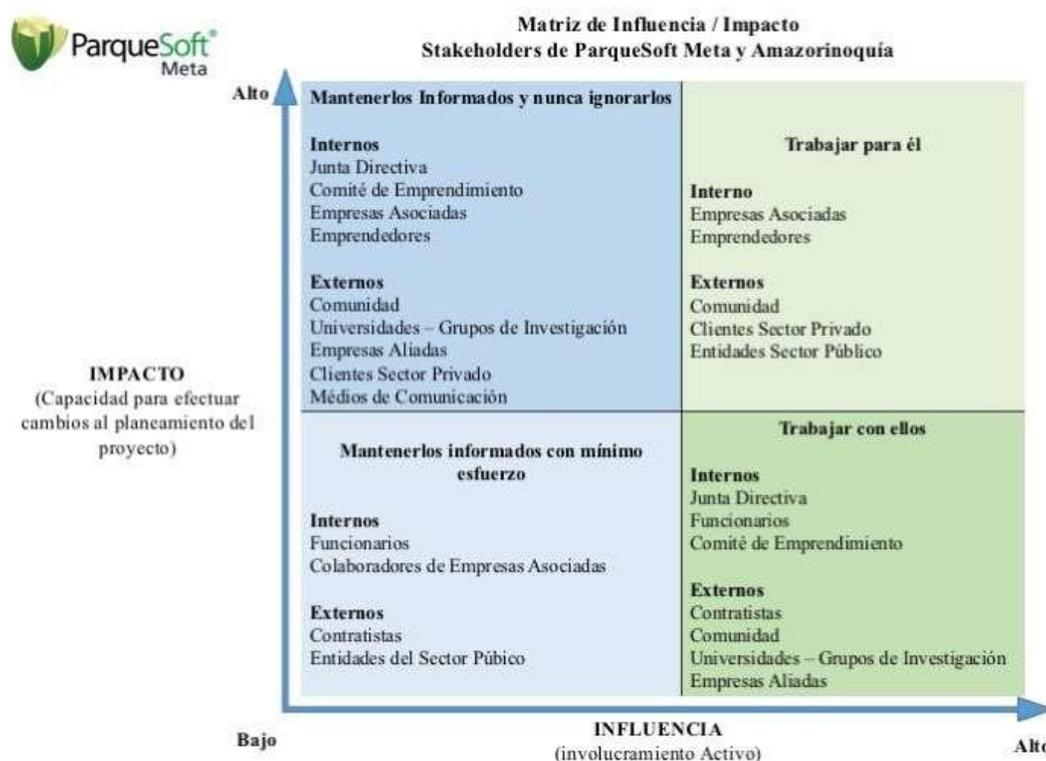
- Contratistas; En cada proyecto que se ejecuta por parte de la Fundación, se hace necesaria la presencia de personas que cumplan acciones puntuales. Su presencia es temporal, sin embargo, deben respetar las normas y reglas establecidas para todos los miembros de la comunidad parquesina.
- Comunidad; Todos los proyectos buscan mejorar la calidad de vida de la comunidad a partir de la implementación adecuada de diferentes herramientas tecnológicas. La comunidad es parte del Ecosistema Digital ya que participa en capacitaciones, talleres, recibe tecnología, entre otros beneficios y entrega insumos para identificar las necesidades, que es información vital para la construcción de nuevos proyectos e iniciativas de la Organización.

- Universidades – Grupos de Investigación; Los grupos de investigación y las Universidades hacen sinergia con ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, a partir del establecimiento de convenios que permite:
  - Practicas académicas por parte de estudiantes en la organización
  - Presentación de proyectos de manera colaborativa con grupos de investigación
  - Implementación de pilotos en laboratorios de tecnología
  - Desarrollo de seminarios
- Empresas Aliadas; Dentro de Ecosistema Digital y de emprendimiento, existen empresas que se convierten en aliados o socios estratégicos de ParqueSoft para la gestión y ejecución de proyectos. Cada empresa aliada pone su experticia y capacidad técnica de acuerdo a las necesidades de las iniciativas adelantadas por ParqueSoft Meta y Amazorinoquía.
- Entidades Sector Público; Se convierten en clientes que entran a financiar proyectos de acuerdo a las propuestas presentadas de acuerdo a las necesidades identificadas en sectores de la comunidad. Algunas de las entidades del sector público con las cuales se tiene relaciones comerciales en la actualidad son;
  - Secretaria de Salud del Meta
  - Secretaria de Victimas del Meta
  - Secretaria de Gobierno del Meta
  - Secretaria de Educación del Meta
  - Alcaldía de Villavicencio
  - Alcaldía de Acacias
  - Alcaldía de San José del Guaviare

- Secretaría de Educación de Casanare
- Dirección de Apropiación del Min TIC
- Secretaria de Gobierno de Tunja
- Clientes Sector Privado; ParqueSoft hace un estudio de necesidades de empresas y organizaciones privadas y presenta productos o proyectos que puedan satisfacer dichas necesidades, convirtiendo estas empresas en clientes. En todo momento se busca establecer relaciones de confianza y fidelización del cliente a partir de la implementación de pilotos en las empresas.
- Medios de Comunicación; Con los medios de comunicación se establecen relaciones duraderas que permita el cubrimiento de actividades de la organización, así, como la difusión de información que pueda ser de interés para la comunidad en general.

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

La matriz de stakeholders es una herramienta que se utiliza para recopilar, clasificar, analizar y jerarquizar de manera sistemática información cualitativa y cuantitativa referente a todas aquellas personas, instituciones u organizaciones involucradas o interesadas en la organización que esté siendo objeto de estudio. La utilización de esta herramienta de análisis permite clasificar a los involucrados en la empresa según sus niveles de interés y poder sobre él, lo que facilita la priorización de los stakeholders más importantes para desarrollar así las estrategias de gestión correspondientes y poder empoderar o determinar las acciones a ejecutar con cada uno de ellos.



**Figura 9: Elaboración propia. La figura muestra el nivel de relevancia de cada uno de los Stakeholders frente a la influencia y el impacto con la organización**

## 5. Plan de Responsabilidad Social Empresarial

La elaboración del plan de responsabilidad social empresarial para ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, se da a partir del análisis de los procesos que se viene implementando y los diferentes impactos que generan, entendiendo que el plan se convierte en una herramienta de trabajo que permite articular los intereses de los Stakeholders con las acciones de la organización, pensando en minimizar los impactos negativos en el entorno

## **5.1 Plan de responsabilidad social empresarial**

Un plan de responsabilidad social empresarial es un documento de gestión y evaluación que define el marco y las directrices generales a seguir por una organización que busque tener un impacto positivo a partir del desarrollo de sus actividades propias de su objeto social. Todo plan de responsabilidad de una empresa debe integrar sus principales intereses sociales, económicos y ambientales en relación con los distintos grupos de interés o stakeholders que identifique.

Integrar en una organización un Plan de Responsabilidad Social Empresarial requiere la implicación de todas las áreas o departamentos de la misma, y el compromiso para llevar a cabo las modificaciones necesarias en el sistema de gestión. Para ello, es necesario del diseño de un plan viable y estudiado con detalle que se adapte a las necesidades y aspiraciones de la organización.

**Plan de Responsabilidad Social Empresarial de la Fundación Parque Tecnológico de Software, Ciencia, Tecnología e Innovación del Meta y la Amazorinoquía –ParqueSoft – Meta y Amazorinoquía**

<b>Dimensión</b>	<b>Stakeholders</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Plazo</b>	<b>Recursos</b> (Físicos, humanos, técnicos)	<b>Indicador</b>	<b>Seguimiento</b>	<b>Actividades</b> <sup>45</sup>
<b>Económica</b>	Junta Directiva	Asegurar que el 100% de los proyectos ejecutados por la Fundación cumplan con el objeto contratado y esté alineado a los principios éticos de la organización	Implementar una estrategia de seguimiento y control en los proyectos ejecutados por la fundación a mediante la inmersión de un miembro de la JD en cada uno como veedor	1 año	Miembros de Junta Directiva, Funcionarios, sala de juntas, equipos de oficina	% de cumplimiento o del plan de trabajo anual de la organización. Indicador de metas % de gastos e inversiones de la organización. Indicador de gastos	Reuniones periódicas de la JD donde cada uno presenta informe y sugerencias	Asignación de veedor de la JD a cada contrato existente Reuniones de seguimiento y control con encargado de cada proyecto Diseño de informe y sugerencias Sistematización de la información
	Funcionarios	Lograr el empoderamiento de los funcionarios de la organización	Diseñar un plan de capacitaciones y reconocimiento por metas y labores cumplidas que estén alineadas al objeto social de la fundación	1 año	Espacios físicos, recursos financieros	% metas cumplidas por funcionario, según capacitaciones Indicador de funcionarios	Reuniones y entrega de informes por parte del Director a la JD para socializar avances y retroalimentar proceso	Socialización de plan de capacitaciones Capacitaciones periódicas Actividades de trabajo en equipo extramuros Entrega de reconocimiento por cumplimiento de metas

Empresas Asociadas	Obtener nuevos clientes de las empresas asociadas que puedan generar negocios en alianza con la Fundación	Estrategia de comercialización y estudio de nuevos mercados por parte de las empresas asociadas	6 meses	Económicos, Director Ejecutivo	% de negocios en alianza con la fundación Indicador empresas asociadas	Acompañamiento y seguimiento del Director Ejecutivo a la empresa para identificar y visitar nuevas oportunidades de negocio	Estudio de nuevos mercados Listado de nuevo clientes Agenda de visitas Revisión de portafolios Presentación de propuestas y portafolio comercial
Emprendedores	Diseñar proyectos de la fundación para presentar a posibles clientes / convocatorias	Identificar oportunidades y convocar a emprendedores para el diseño de proyectos de la fundación	1 año	Físicos, funcionarios, emprendedores	% de nuevos proyectos diseñados y presentados por parte de ParqueSoft Meta y Amazorinoquia Indicador de emprendedores	Director ejecutivo y JD le hacen seguimiento a la formulación y presentación de proyectos	Identificación de clientes / convocatoria Reunión de emprendedores Listado de intereses vs conocimiento Formulación de proyectos Presentación a fondos / clientes Determinación de la participación de cada emprendedor interesado Seguimiento
Colaboradores Empresas Asociadas	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA

Comité de Emprendimiento	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Contratistas	Asegurar el cumplimiento de los objetos contratados con todas las personas naturales y jurídicas	Definir un plan de seguimiento y control de todos los contratistas que estén asociados a la fundación	1 año	Físicos, funcionarios	% de contratistas cumpliendo y entregando a cabalidad Indicador de contratistas	Lo hace el director con el apoyo de la JD y funcionarios que requiera	Diseñar plan de seguimiento Socializar con contratistas Reuniones de seguimiento Informes de sugerencias Sistematización de información
Comunidad	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Universidades – Grupos investigación	Asegurar alianzas para el desarrollo de investigación aplicada	Identificar oportunidades de los fondos de inversión en los cuales se pueda acceder a recursos para implementar investigación aplicada con un grupo reconocido ante Colciencias	1 año	Físicos, Económicos, Director Ejecutivo, Emprendedores	% de investigación aplicada Indicador de investigación	Lo hace el director con el apoyo de la JD y funcionarios que requiera a partir de una programación definida	Identificar oportunidades en los fondos de apoyo a investigación Alianza con grupos de investigación identificados y con reconocimiento Planteamiento del proceso de investigación Prueba piloto y desarrollo MPV Presentación Seguimiento

Empresas Aliadas	Fortalecer las alianzas con organizaciones de diferentes sectores para poder presentar proyectos robustos con beneficio para toda la región mediante la gestión de recursos nacionales e internacionales	Definir las alianzas más importantes con las empresas reconocidas de la región para poder fortalecer el ecosistema digital del meta y Amazorinoquía	1 año	Director Ejecutivo, Junta directiva, Emprendedores Económicos Físicos	% de nuevas alianzas estratégicas en la región Indicador de aliados	Lo hace el director con el apoyo de la JD y funcionarios que requiera a partir de una programación definida	Visitas de gestión a las empresas más reconocidas Proceso de articulación Presentación de propuestas de alianzas Definir parámetros de alianzas Establecer alianzas Hacer seguimientos Presentar propuestas a nivel nacional e internacional
Entidades Sector Público	Identificar necesidades del sector público	Hacer un análisis del sector, reconociendo oportunidades comerciales	1 año	Funcionarios, Emprendedores, Empresas Asociadas	% de nuevos proyectos y convocatorias a presentarse	Lo hace el director con el apoyo de la JD y funcionarios que requiera	Visita a clientes del sector público Análisis de convocatorias existentes Reconocimiento de oportunidades Diseño de proyectos Entrega de proyectos Seguimiento y desarrollo

	Cientes Sector Privado	Empaquetar aplicaciones y productos para el sector privado	Identificar los diferentes sectores de la economía de empresa privadas y reconocer los productos que hay en la organización para dichos sectores, empaquetándolos y creando propuestas robustas	6 meses	Físicos, Directos Ejecutivo, Emprendedores, Empresas Asociadas	% de empaquetamiento comercial Indicador de clientes	El seguimiento lo hace el director ejecutivo y los líderes de las diferentes empresas asociadas, dependiente del sector al que se presente	Identificar productos existentes Listar empresas privadas que son clientes y sus necesidades Empaquetar productos que satisfacen necesidades Estructurar propuestas Visitar sectores Presentar propuestas comerciales Hacer seguimiento a propuestas
	Medios de Comunicación	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
<b>Social</b>	Junta Directiva	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
	Funcionarios	Asegurar la inmersión adecuada de todos los funcionarios al modelo TREE de emprendimiento aplicado en la organización	Implementación de un programa de capacitación y sensibilización con funcionarios de la filosofía ParqueSoft, como escenario de	1 año	Físicos, Económicos	% de sensibilización Indicador de sensibilización	El seguimiento de la implementación del modelo TREE lo hace el Director Ejecutivo	Programación e implementación de las actividades contempladas en el modelo de inmersión y emprendimiento TREE

		emprendimiento y trabajo en comunidad.					
Empresas Asociadas	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Emprendedores	Realizar un acompañamiento y seguimiento a emprendedores en su procesos de crecimiento como líderes y empresarios	Implementación de un proceso de fortalecimiento y acompañamiento a los emprendedores líderes de las empresas, fomentando la mejor gente para la industria del conocimiento	1 año	Físicos, económicos, tecnológicos Funcionarios	% de crecimiento Indicador de emprendedores	El seguimiento de la implementación lo hace el Director Ejecutivo, acompañado del comité de emprendimiento	Socialización de procesos con emprendedores Identificación e individualización de necesidades formativas de emprendedores Programación de acompañamiento Seguimiento y retroalimentación Sistematización de la información
Colaboradores Empresas Asociadas	Asegurar la inmersión adecuada de todos los colaboradores al modelo TREE de emprendimiento aplicado en la organización	Implementación de un programa de sensibilización con todos los colaboradores de la filosofía ParqueSoft, como escenario de emprendimiento	1 año	Físicos, Económicos, Tiempo liberado por empresas asociadas	% de sensibilización Indicador de empresas asociadas	El seguimiento de la implementación del modelo TREE lo hace el Director Ejecutivo y el emprendedor líder de capa	Programación e implementación de las actividades contempladas en el modelo de inmersión y emprendimiento TREE,

		y trabajo en comunidad.				empresa asociada	coordinado con emprendedor líder de la empresa en la cual trabaja el colaborador
Comité de Emprendimiento	Identificar las ideas de negocio con mayor impacto social y económico, interesadas en ingresar a la Fundación	Establecer un modelo de evaluación que permita hacer un filtro objetivo de aquellas ideas y emprendedores que se acercan a la fundación con el interés de hacer parte del clúster	1 año	Físicos, tecnológicos, económicos, emprendedores	% de ideas evaluadas vs solicitudes presentadas Indicador de emprendimiento	El proceso es seguido por la Junta Directiva y el Director Ejecutivo	Difusión en medios para los interesados en ingresar Definición de herramienta de registro Programación de entrevistas Diseño de herramienta de evaluación Publicación de aceptados Asignación de espacios físicos
Contratistas	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Comunidad	Entregar a las diferentes comunidades conocimiento puntuales en tecnología de acuerdo a su interés	Establecer programas de formación; ParqueSapiens; Tecnología aplicada para profesionales VillaDeps; Programación para jóvenes	1 año	Físicos, tecnológicos, económicos	% de programas de formación cumplidos Indicador de comunidad	Para eso se contratan personas con el conocimiento puntual y el seguimiento lo hace el Director Ejecutivo o a quien él asigne	Convocatoria a la comunidad de acuerdo al tipo de conocimiento a impartir en los procesos Implementación de los cursos y talleres

		Rovofit; Rovotica para niños FronTic; Tecnología para adultos Programa Jaws; para invidentes					Reuniones de seguimiento y control Sistematización del proceso
Universidades – Grupos investigación	Asegurar a ParqueSoft como un escenario donde estudiantes pueden realizar prácticas academias de acuerdo a sus intereses	Definición de convenios con universidades y programas de acuerdo a solicitud de empresas asociadas	1 año	Físicos	% de estudiantes realizando prácticas o pasantías en la organización y/o empresas asociadas	El proceso es seguido por la Junta Directiva y el Director Ejecutivo, así como el emprendedor líder de la empresa que recibe al estudiante	Identificación de empresas asociadas interesadas en contar con estudiantes Identificación de programas y facultades Realización de convenios institucionales Convocatoria de estudiantes Seguimiento a proceso
Empresas Aliadas	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Entidades Sector Público	Posicionar la organización como una entidad aliada para la implementación de procesos sociales y comunitarios	Presentar la sala Vive Digital ParqueSoft a las entidades públicas como un espacio ideal para el desarrollo de programas y procesos con la comunidad	1 año	Físicos, tecnológicos, conocimiento y talento humano	% de tiempo ocupado de la sala vive digital por parte de comunidad	El seguimiento lo hace el Director Ejecutivo de la mano con un funcionario de entidad pública	Socialización de la sala Vive Digital con entidad pública Diseño de cronograma de disponibilidad Difusión en medios

								Reuniones de seguimiento
Cientes Sector Privado	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Medios de Comunicación	Dar a conocer a nivel regional de programas y procesos de impacto social y comunitario, desarrollados por la organización	Definir un plan de medios para identificar aliados y espacios estratégicos de comunicación (Free Pres, Social Media, entre otros)	1 año	Económicos tecnológicos	% de ejecución de plan de medios aprobado	El seguimiento lo hace el director ejecutivo	Diseño de plan de medios Aprobación de plan Diseño y programación de información Indicadores de impacto Seguimiento y control	
<b>Ambiental</b>	Junta Directiva	Reducir el	Diseño e	1 año	Tecnológicos	% de	El	Diseño del
	Funcionarios	impacto ambiental	implementación		os	reducción de	seguimiento a	plan de
	Empresas Asociadas	negativo,	de un plan		Funcionarios	consumo de	la	manera
	Emprendedores	minimizando el	ambiental y de		Emprendedores y	energía, agua	implementación del plan se	conjunta con
	Colaboradores Empresas Asociadas	gasto de los recursos al interior de las instalaciones de la Fundación, por parte de todos los integrantes de la comunidad ParqueSoft Meta y Amazorinoquía	sostenibilidad al interior de la organización a partir del cuidado del agua y la reducción del consumo de energía, así como políticas de cero papel		todos los miembros de la comunidad ParqueSoft	y uso de papel	hace desde la dirección administrativa y se evalúa con las facturas de servicios que se pagan mensualmente	la comunidad de ParqueSoft Socialización y aprobación Instalación de señalética y elementos de recordación Charlas de promoción y cultura de cuidado Campaña de comunicación interna

							Seguimiento y evaluación de proceso Sistematización de la información
Comunidad	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Universidades – Grupos investigación	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Empresas Aliadas	Promover y consolidar con los grupos de interés externos una política de cuidado de los recursos naturales a partir de la implementación del plan “EcoTicParqueSoft”	Plantear con todos los grupos externos políticas de cero papel, información en la nube, software de medición de recursos, campañas de comunicación	1 año	Tecnológicos Equipo de comunicaciones	% de reducción en uso de medios físicos	El seguimiento lo hace el director ejecutivo y el equipo designado para tal fin, de la mano con los representantes de cada uno de los grupos de interés externo	Diseño de plan y política Socialización y envío de información a grupos de interés externo
Entidades Sector Público							
Clientes Sector Privado							
Medios de Comunicación	Dar a conocer el compromiso de la organización con el cuidado del entorno y sus políticas ambientales	Definir un plan de medios para identificar aliados y espacios estratégicos de comunicación (Free Press, Social Media, entre otros)	1 año	Económicos, Tecnológicos Talento humano	% de ejecución de plan de medios aprobado	El seguimiento lo hace el director ejecutivo	Diseño de plan de medios Aprobación de plan Diseño y programación de información Indicadores de impacto Seguimiento y control

## 5.2 Plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholders)

Para desarrollar el plan de comunicación de la empresa ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, debemos conocer su situación comunicativa a día de hoy.

Actualmente la empresa utiliza las redes sociales: Facebook, Twitter y Youtube, además de contar con página web propia. Pero las publicaciones en dichas redes no cuentan con el plan propio dirigido y dimensionado según los Stakeholders de la empresa. Por esta razón un plan de mayor detalle es requerido.

Recursos: Por ser del área tecnológica y por contar con un Punto Vive digital Lab, que es una estrategia del ministerio TIC para fortalecer las mismas en las diferentes regiones del país, la empresa tiene una gran ventaja al momento de generar productos audiovisuales y trans-media para comunicación en el siglo XXI.

El Mensaje: la meta principal es visibilizar la misión y como la visión de la empresa, tanto entre sus interesados internos como externos, pero también dar a conocer la política de Responsabilidad social, generando a través de esta comunicación confianza y transparencia.

Objetivo: aumentar un 10% el número de seguidores en cada Red social. y la cantidad de visitar a la web institucional.

Estrategia: Creación de Programas propios, Como el emprendedor de la semana, Capsulas de video cortas de rápida creación, pero de alto nivel de producción y comunicativo.

---

**Plan de Comunicaciones**


---

<b>Dimensión</b>	<b>Stakeholders</b>	<b>Mensaje</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Medio</b>
<b>Social</b>	Junta Directiva	ParqueSoft Meta y Amazorinoquía	Video Mensual	Grupos internos de comunicación:
	Funcionarios	debe contar con la mejor gente para la industria		WhatsApp, App Móvil, Grupo Domeus, Pantallas digitales instaladas en las sedes, correos electrónicos
	Empresas Asociadas	...comprometidos con el	Video Mensual	Página Web y redes sociales de las empresas asociadas.
	Emprendedores	fortalecimiento a emprendedores y	Programa el emprendedor de la	Página Web y redes sociales. Pantallas digitales instaladas en
	Colaboradores	el desarrollo de proyectos	Semana Piezas gráficas y/o	las sedes, correos electrónicos Página Web y redes sociales
	Empresas Asociadas	innovadores	animación, Semanal	de las empresas asociadas.
	Comité de Emprendimiento	(Misión)	Piezas gráficas y/o animación, Semanal	Página Web y redes sociales. Pantallas digitales instaladas en las sedes, correos electrónicos
	Contratistas	ParqueSoft cuenta con	Piezas gráficas y/o animación, Semanal	Página Web y redes sociales. Pantallas digitales instaladas en
	Comunidad	productos en el sector TIC que busca disminuir la brecha existente en la sociedad y	Piezas gráficas y/o animación, , o video corto Diario. Programa el innovando con la	las sedes, Página Web y redes sociales. Pantallas digitales instaladas en las sedes,
	Universidades – Grupos investigación	solucionar problemas en diferentes sectores de la economía.	gente, mensual. Programa Parque investiga.	Página Web y redes sociales.
	Empresas Aliadas			Página Web y redes sociales. Propias y de empresas Aliadas
	Entidades Sector			Correos electrónicas y redes
	Público			Sociales.
	Cientes Sector Privado			Página Web, Correos electrónicas y redes Sociales.
Medios de Comunicación			Redes Sociales Emisoras de radio Canales regionales de TV Emisiones en vivo desde la sede	

---

### 5.3 Modelo de gestión recomendado

EFQM (European Foundation for Quality Management o Fundación Europea para la Gestión de la Calidad)

“El Modelo EFQM de Excelencia es un instrumento práctico que ayuda a las organizaciones a establecer un sistema de gestión apropiado, midiendo en qué punto se encuentran dentro del camino hacia la excelencia, identificando posibles carencias de la organización y definiendo acciones de mejora”. (Modelo de Excelencia EFQM, 2014)

¿Para qué sirve el Modelo EFQM?

“Es un marco que las organizaciones pueden utilizar para ayudarse a desarrollar su visión y las metas para el futuro de una manera tangible. Es un instrumento que las organizaciones pueden utilizar para identificar y entender la naturaleza de su negocio, es decir, de las relaciones entre los distintos agentes presentes en la actividad, y de las relaciones causa-efecto. Es una herramienta que permite establecer un mismo lenguaje y modo de pensar en toda la organización. Es una herramienta de diagnóstico para determinar la salud actual de la organización, detectando puntos de mejora e implantando acciones que le ayuden a mejorar”. (Modelo de Excelencia EFQM, 2014).

El Modelo EFQM ayuda a:

- ✓ Identificar puntos fuertes y oportunidades de mejora mediante una labor de equipo que ayuda a ampliar puntos de vista y favorece una cultura de participación.
- ✓ Establecer un nivel de excelencia en gestión (puntuación) en cada uno de los aspectos clave.
- ✓ Establecer las prioridades sobre las que actuar.

Este modelo EFQM trae los siguientes beneficios para la empresa en estudio:

- Orientación hacia los resultados
  - Añadir valor a todos los grupos de interés.
  - Éxito sostenido a largo plazo.
  - Relaciones mutuamente beneficiosas.
  - Medidas relevantes. Indicadores.
- Orientación hacia los clientes
  - Incremento de la cuota de mercado.
  - Mejor comprensión de lo que aporta valor al cliente.
  - Reducción de los costes de transacción.
  - Éxito a largo plazo.
- Liderazgo y coherencia en los objetivos
  - Máximo nivel de compromiso y efectividad de las personas.
  - Clara sensación de liderazgo.
  - Alineación y despliegue de todas las actividades de modo estructurado y sistemático.
- Gestión por procesos y hechos
  - Orientación hacia los resultados deseados.
  - Optimización de las personas y recursos.
  - Coherencia en los resultados y control de la variabilidad.
  - Gestión basada en datos para ser más realistas.
- Desarrollo e implicación de las personas
  - Máxima participación, actitud positiva y motivación.
  - Buena contratación y retención de las personas.

- Conocimiento compartido de forma eficaz.
- Oportunidad para aprender y desarrollar nuevas capacidades.
- Aprendizaje, innovación y mejora continua
  - Agilidad de la organización.
  - Reducción de costes.
  - Identificación de oportunidades.
  - Optimización del rendimiento.
  - Actividades de mejora para prevenir y favorecer el día a día.
- Desarrollo de alianzas
  - Capacidad para crear valor para ambas partes.
  - Logro de una ventaja competitiva gracias a relaciones duraderas.
  - Conexión recursos – costes.
- Responsabilidad social
  - Aumento de la credibilidad, rendimiento y valor a la organización.
  - Concienciación social, seguridad y confianza.

### **5.3.1 Justificación de la elección del modelo de informe de gestión**

Se considera que este modelo es el adecuado para la empresa ParqueSoft Meta y Amazorinoquía, ya que tiene en cuenta los diferentes componentes de la organización, tanto internos como externos permitiendo establecer un sistema de gestión a partir de la identificación del punto en el cual se encuentra en la ruta hacia la excelencia, para poder plantear mejoras, analizar alternativas, establecer herramientas de seguimiento y los pasos a seguir, todo esto, a partir de procesos estandarizados. Este modelo también permite evaluar

los diferentes recursos que tiene la empresa y la necesidad de otros, para cumplir los objetivos.

Así mismo, se tienen en cuenta los actores que intervienen en la empresa hasta formar un todo que permite visualizar y ajustar los objetivos finales. Con el modelo EFQM se abarca cada estamento de la organización y al realizar la evaluación final, se detectará qué partes han cumplido su labor y a cuáles le falta cumplir los objetivos; lo que determinará el paso siguiente. Todo lo anterior está enfocado en llegar a una meta propuesta y que cumpla las expectativas planteadas con anterioridad. El modelo EFQM es visionario y completo.

Por otro lado, tenemos el EFQM que se enfoca en la excelencia y puede ser utilizado para el desarrollo práctico de la misión y la visión de la organización, ayuda a determinar un mismo lenguaje entre todos los actores de la empresa y es un modelo validado en Europa para reconocer las organizaciones mejor gestionadas.

De acuerdo a la naturaleza de la Fundación Parque Tecnológico de Software, Ciencia, Tecnología e Innovación del Meta y la Amazorinoquía –ParqueSoft – Meta y Amazorinoquía, el modelo EFQM es totalmente pertinente y adecuado.

Adjuntamos archivo con información detallada del modelo, la cual es recuperada de Modelo de Excelencia EFQM, 2014.



modelo-efqm.pdf

## 6. Conclusiones

De la realización de este proceso podemos concluir que un plan de Responsabilidad Social bien desarrollado debe tener un gran nivel de complejidad y detalle en su formulación, ya que debe tener muy claros sus objetivos, estrategias, plazos, indicadores, actividades y el seguimiento de las mismas, la responsabilidad social teniendo en cuenta que es de vital importancia porque con ello se logrará generar una imagen positiva y bien vista en el contexto social, no obstante, cabe resaltar que esta labor no necesariamente debe ser un trabajo de la alta dirección o de un departamento específico, sino que debe ser un trabajo de todos que esté orientado a dar las soluciones a los problemas de la sociedad y eso no es más que responsabilidad social.

Las empresas deben buscar la forma y manera de que los integrantes de la organización internalicen el grado de relevancia que tiene para la empresa el hecho de que tenga que interactuar de forma constante con la sociedad e identificar sus debilidades y necesidades que requiere para mejorar su calidad de vida, por lo tanto, es necesario que las organizaciones trabajen directamente con la sociedad para llegar a ella y trabajar en equipo, de tal manera poder llegar a ser más competitivos siendo inclusivos a su vez con la responsabilidad social.

En este mismo orden y dirección, el propósito de las empresas es una interacción dinámica tanto interna como externa para priorizar y desarrollar estrategias de gestión, y en ese orden de ideas ejecutar a través de herramientas como el mapa de los Stakeholders y la Matriz de Impacto e Influencia con el propósito de dar soluciones robustas a las necesidades del mercado teniendo como prioridad el impacto social.

## 7 Referencias Bibliográficas

- Alonso, V. (2006). Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España. (pp. 11-38). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3199840&pg=1>
- 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>
- Córdoba, M. (20014). Análisis financiero, unidad 3. Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=5&docID=4870512&tm=1510665586233>
- 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>
- 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>
- 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>

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. [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>

Fernández, R. (2010). 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>

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>

García J & otros (2005) Componentes de un Cluster [Figura]. Recuperado de: <https://www.monografias.com/trabajos29/clusters/clusters.shtml>  
<https://www.arnaut.es/wp-content/uploads/2014/08/ader-modelo-efqm.pdf>

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. Capítulo IV Contenidos de un código de ética Pág. 23-28. Recuperado de:

[http://www.telefonica.com.ec/proveedores/pdf/Manual\\_para\\_Elaborar\\_Codigos\\_de\\_Etica\\_Empresarial.pdf](http://www.telefonica.com.ec/proveedores/pdf/Manual_para_Elaborar_Codigos_de_Etica_Empresarial.pdf)

Ministerio de Educación Nacional. (2013). Guía para la Creación e Implementación de Códigos de Buen Gobierno en las Instituciones de Educación Superior. Bogotá, Colombia: (Documento en Construcción) Jahv McGregor S.A. Recuperado de:

[https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles330454\\_archivo\\_pdf\\_10\\_Guia\\_Creacion.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles330454_archivo_pdf_10_Guia_Creacion.pdf)

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>

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014). Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. Pág. 17-23, 30-31. Recuperado de

[http://observatoriosc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook\\_La\\_RSC\\_modific.06.06.14\\_OK.pdf](http://observatoriosc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf)

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>

Tutorial Powtoon, tomado de <https://www.youtube.com/watch?v=5Ig9nmv-090&t=216s>

Vélez, M. (2011). Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa. (Spanish).

Revista Ciencias Estratégicas, 19(25), 55. Recuperado de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=64443920&lang=es&site=eds-live>

## Anexos

Enlace de video alojado en YouTube donde se plantean las diferencias de Marketing Social y Corporativo.



<https://www.youtube.com/watch?v=uXXhFRN0IFs&rel=0>