

Plan de Responsabilidad Social Empresarial Electro Tolima S.A.S

Julián Camilo Rodríguez Saavedra

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios-ECACEN

Administración de Empresas

Bogotá

2020

Plan De Responsabilidad Social Empresarial Empresa Electro Tolima S.A.S

Julián Camilo Rodríguez Saavedra

Dra. Yolanda González Castro

Directora

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios-ECACEN

Administración de Empresas

Bogotá

2020

Tabla de contenido

Resumen	9
Palabras Claves.	9
Abstract	10
Capítulo 1. Generalidades	11
Introducción	11
Planteamiento del problema	13
Objetivos	14
Objetivo General.....	14
Objetivos específicos	15
Justificación.....	15
Metodología	16
Tipo de investigación.....	16
Capítulo 2. Marcos Conceptuales.....	17
Marco Conceptual	17
Marco Legal Norma ISO 26000.....	19
Marco Teórico	20
Análisis Fundamentos Teóricos.....	20
Código de Ética.....	20
Responsabilidad social empresarial	21
Análisis Situacional	23
Direccionamiento estratégico.....	23

Evaluación del desempeño de la empresa de energía eléctrica Tolima S.A.S.	26
Capítulo 3. Resultados.....	33
Descripción de Stakeholders	33
Definición de stakeholders de la empresa de energía eléctrica Tolima S.A.S.	34
Matriz de relaciones entre la empresa y los Stakeholders identificados.	37
Capítulo 4. Plan de Acción y de Seguimiento.....	38
Plan de responsabilidad social empresarial.....	38
Plan de comunicaciones a los interesados stakeholders.	40
Informe de gestión al plan de responsabilidad social propuesto.	40
Conclusiones	42
Referencias Bibliográficas	45
Anexos.....	47

Lista de Tablas

Tabla 1: Evaluación del desempeño (Dimensión Económica) al interior.....	27
Tabla 2: Evaluación del desempeño (Dimensión Económica) al exterior	28
Tabla 3: Evaluación del desempeño (Dimensión Social)	29
Tabla 4: Evaluación del desempeño (Dimensión Ambiental)	30
Tabla 5. Plan de ese para la empresa de energiza electro Tolima S.A.S.	39
Tabla 6: Plan de comunicaciones stakeholder electro Tolima S.A.S.....	40

Lista de Figuras

Figura 1: Valores Corporativos Electro Tolima S.A.S.	24
Figura 2: Organigrama Electro Tolima S.A.S.....	25
Figura 3: Capacidades distintivas Electro Tolima S.A.S.	26
Figura 4: Mapa Genérico	36
Figura 5: matriz influencia e impacto de los stakeholders de electro Tolima S.A.S.....	37

Lista de Anexos

Anexo 1: Código de Ética 47

Anexo 2: Resumen Analítico Especializado -RAE **¡Error! Marcador no definido.**

Resumen Analítico Especializado -RAE-

Informacion General

Título	Plan de Responsabilidad Social Empresarial Electro Tolima S.A.S
Autor	Rodriguez Saavedra Julian Camilo
Tipo de Documento	Trabajo de Grado de Diplomado
Director	Yolanda González Castro
Año	2020
Palabras Clave	Estrategia, grupo de interés, responsabilidad social empresarial, sector energético
Resumen	<p>La responsabilidad social empresarial, se constituye como una estrategia de administración para la organización, como fuente de innovación e iniciativa creativa para el mejoramiento del avance institucional de la empresa; en esta situación, la empresa electro Tolima S.A.S., empresa encargada de la prestación del servicio público domiciliario de energía eléctrica, orienta sus esfuerzos con el fin de fortalecer la capacidad de organización, y así mismo generar y aumentar la venta de energía, en desarrollo y bien de la junta directiva de la organización, como base primordial del desarrollo administrativos en bien de la red social generalmente, de la misma manera, la compañía elige el compromiso social empresarial, con la comunidad, no como una imposición o tendencia popular, si no como un deber en la creación de la responsabilidad social, por medio de acciones que afecten de una manera efectiva a los afectados</p>
Problema	<p>Esta empresa tiene la necesidad de elaborar un plan de Responsabilidad Social Empresarial porque en medio de sus actividades genera un impacto a la sociedad en donde trabaja, además que como es una empresa con ánimo de lucro es importante que genere cultura social en medio de sus grupos de interés como son los accionistas, clientes, proveedores, empleados, comunidades donde trabaja y en general, imagen corporativa, sostenibilidad económica, entidades públicas, entidades financieras y así en general.</p>
Metodologia	<p>La investigación que se realiza para cumplir los objetivos es la cualitativa, la cual describe problemas sociales, con base en características que se identifican con la aplicación de la evaluación de desempeño dentro de la organización, con el fin de definir un plan de responsabilidad social a través de la identificación de características propias de la empresa estudiada y además propiciar la construcción del conocimiento científico (Quecedo Lecanda & Castaño Garrido, 2002).</p>
Conclusiones.	<p>La elaboración del plan de responsabilidad social empresarial, a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales generados por las empresas, que incluya diferentes estrategias de solución o mitigación de estos, que al ser adoptadas aportarán valor a la organización, por lo tanto la empresa de energía del electro Tolima S.A.S., de este modo se pudo realizar un análisis en el formato de formato evaluación de impacto empresa, teniendo en cuenta los impactos económicos, social y ambiental.</p>

Resumen

La responsabilidad social empresarial, se constituye como una estrategia de administración para la organización, como fuente de innovación e iniciativa creativa para el mejoramiento del avance institucional de la empresa; en esta situación, la empresa electro Tolima S.A.S., empresa encargada de la prestación del servicio público domiciliario de energía eléctrica, orienta sus esfuerzos con el fin de fortalecer la capacidad de organización, y así mismo generar y aumentar la venta de energía, en desarrollo y bien de la junta directiva de la organización, como base primordial del desarrollo administrativos en bien de la red social generalmente, de la misma manera, la compañía elige el compromiso social empresarial, con la comunidad, no como una imposición o tendencia popular, si no como un deber en la creación de la responsabilidad social, por medio de acciones que afecten de una manera efectiva a los afectados. A partir de la relación y la importancia de la responsabilidad social empresarial frente a la comunidad, el presente trabajo responde al compromiso de promover una estrategia de gestión en la empresa Electro Tolima S.A.S., para contribuir a la comunidad desde el ámbito económico, social y ambiental, con la creación de un plan de responsabilidad social empresarial, como apuesta de valor y competitividad nacional.

Palabras Claves.

Estrategia, grupo de interés, responsabilidad social empresarial, sector energético

Abstract

Corporate social responsibility is constituted as a management strategy for the organization, as a source of innovation and creative initiative for the improvement of the institutional advance of the company; In this situation, the company Electro Tolima SAS, the company in charge of providing the home public service of electric energy, directs its efforts in order to strengthen the organizational capacity, and also generate and increase the sale of energy, in development and good of the organization's board of directors, as the primary basis of administrative development for the good of the social network generally, in the same way, the company chooses the business social commitment, with the community, not as an imposition or popular trend, if not as a duty in the creation of social responsibility, through actions that effectively affect those affected. Based on the relationship and importance of corporate social responsibility towards the community, this work responds to the commitment to promote a management strategy in the company Electro Tolima SAS, to contribute to the community from the economic, social and environmental scope , with the creation of a corporate social responsibility plan, as a national competitiveness and value bet.

Keywords.

Strategy, interest group, corporate social responsibility, energy sector

Capítulo 1. Generalidades

Introducción

A partir de la necesidad de la comprensión, el presente documento proyecta dentro de algunas definiciones, o ciertos modelos y guías importantes sobre la responsabilidad social empresarial, de igual forma busca proponer una estrategia de gestión para la empresa electro Tolima S.A.S De energía del Tolima, compañía que opera desde el año 1998. Así mismo, este documento constituye información para la conceptualización existente, de cada una de sus especificidades del sector y las acciones dadas por los ejecutivos, los elementos que puedan articular una estrategia de gestión, para así generar mayor valor agregado a la organización (Benavides Espíndola, 2002).

Electro Tolima S.A.S, es una organización empresarial fue creada en el año 1998 y desarrolla su objeto social en el sector energético, específicamente es una empresa generadora, distribuidora y comercializadora de energía eléctrica, comprometida en garantizar a nuestros clientes un servicio, a lo largo de su existencia ha venido evolucionando no solo en el desarrollo de procesos de comercializadora de energía eléctrica, sino que también en las mejores prácticas administrativas, esto le ha permitido crecer a nivel local (Armenta et al., 2016). La realización del plan de responsabilidad social empresarial dentro de la organización se implementa como estrategia de gestión y de esta manera le puede generar a la organización un nuevo enfoque en el desarrollo de sus proyectos, incorporado elementos sociales, económicos y ambientales a su dinámica organizacional esto puede impactar positivamente a la sociedad (Arévalo-Martínez & Ortiz-Rodríguez, 2019).

Así mismo bajo este fundamento de estudio se puede decir es importante tener en claro

que la responsabilidad social corporativa es en ámbito universal, como nacional y regional donde se define la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, Económico y ambiental por parte de la empresa de energía con el objetivo de mejorar su situación.

En consecuencia, se realizó el diseño de mapa genérico de los stakeholders de la empresa de energía del departamento del Tolima dentro los aspectos sociales donde implica las obligaciones de fortalecer la organización una función social, es decir, que además de producir riqueza y generar empleo radican en su cabeza obligaciones que le son consustanciales como pilar fundamental del progreso (Lenssen et al., 2007). Así mismo con este plan de responsabilidad social empresarial, se pretende que las expectativas que ha sido generada dentro la empresa con la elaboración trabajo, sea alcanzable y medible donde se adopten como un estilo de vida empresarial, que permita direccionar su actividad en pro de los intereses de los accionistas, colaboradores, usuarios, comunidad en general los proveedores, y demás grupos interesados (Acuña, 2012).

Planteamiento del problema

De una u otra manera las empresas para que sean competitivas en un mercado cambiante y globalizado, deben generar estrategias y acciones de Responsabilidad Social, para generar valor así mismo porque los empresarios han reflexionar seriamente sobre este tipo de acciones, identificando beneficios económicos, sociales y ambientales que obtienen y el impacto que tienen en la sociedad, puesto que las organizaciones y el personal directivo de las empresas tienen una labor fundamental que es la de ser un agente social, con la comunidad, buscando direccionar los objetivos internos de la empresa con su entorno (León, 2008). Este tipo de acciones sin estructura no aportan mucho valor a las empresas; entonces para que aporten valor deben enmarcarse en un Plan de Responsabilidad Social (Herrera, 2011). Al principio no es necesario ejecutar grandes acciones, con acciones pequeñas de manera continuada se pueden lograr grandes resultados que se verán reflejados no solo en la empresa sino también en la comunidad.

La importancia de conocer esta área radica en tener los fundamentos y saber tomar las decisiones pertinentes para apropiarnos del campo de la Responsabilidad Social en nuestro desempeño laboral haciendo seguimiento, control y prevención en cada una de nuestras áreas en cualquier actividad económica que desempeñe la empresa.

Esta empresa tiene la necesidad de elaborar un plan de Responsabilidad Social Empresarial porque en medio de sus actividades genera un impacto a la sociedad en donde trabaja, además que como es una empresa con ánimo de lucro es importante que genere cultura social en medio de sus grupos de interés como son los accionistas, clientes, proveedores, empleados, comunidades donde trabaja y en general, imagen corporativa, sostenibilidad

económica, entidades públicas, entidades financieras y así en general (de Fátima León et al., 2012).

Con la implementación de un plan de Responsabilidad Social Empresarial la empresa adquiere una ventaja corporativa frente a la competencia además de crecer como entidad privada, aumentando sus ganancias y mejorando su imagen corporativa tanto dentro de la misma con sus empleados y socios como en la parte externa en cuanto a clientes, proveedores, gobierno y comunidades (León, 2008).

Por otro lado, el modelo gerencial seleccionado de competitividad y la creación del código de conducta de la empresa el cual tiene como objetivo principal, dar a conocer desde la alta gerencia de la empresa a sus clientes internos como externos los lineamientos éticos y de comportamiento bajo los cuales se regirán a partir de su creación, todas las actividades de la organización como fundamento de aplicación de los valores corporativos que la distinguen de sus similares (Bernal-Cuenca & Luis-Carnicer, 2010). Es prioridad para la empresa electro Tolima S.A.S., la creación, divulgación y aplicación del código de conducta para todas las partes interesadas, por formar parte activa del desarrollo económico e industrial del país, actuando bajo la legalidad al reportar detalladamente los movimientos contables a las entidades gubernamentales (Olmos Beltrán et al., 2019).

Objetivos

Objetivo General

Proponer un plan de responsabilidad social empresarial como fuente para generar valor en el caso de la empresa de energía electro Tolima S.A.S

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico a través de la evaluación de desempeño económico, ambiental y social de la empresa de energía electro Tolima S.A.S.
- Identificar los grupos de interés y sus requerimientos específicos para la implementación del programa de responsabilidad social empresarial en la empresa de energía electro Tolima S.A.S
- Proponer el plan de acción con las estrategias e indicadores que permitan a la empresa de energía electro Tolima S.A. lograr posicionarse en el mercado como una organización social y ambiental responsable.

Justificación

Las empresas de energía a nivel global, son las que mayor rentabilidad económica generan pero al mismo tiempo también son las que mayor contaminación y emisión de gases producen al medio ambiente y sobre todo en nuestro caso ya que en el municipio son 6 mega plantas eléctricas que trabajan día y noche con diésel, y no retribuir a la sociedad tan siquiera algo por lo menos en algún programa social o que ayude a contribuir al cuidado, sostenimiento al medio ambiente es un poco mezquino por parte de la empresa (Torers Rojas et al., 2019).

Para minimizar el impacto ambiental sería importante que la empresa electro Tolima S.A.S., busque minimizar los impactos ambientales de una manera más insostenible de generar otro tipo de energía, como es la eólica, para la región sería una buena oportunidad dentro de la empresa, para obtener más rentabilidad, sin embargo aún no se ha visto la retribución por parte de la empresa a la sociedad en todo lo referente a responsabilidad social empresarial, así como tampoco tiene establecidos programas y estrategias que ayuden a divulgar en la preservación

del medio ambiente (MARTÍNEZ, s. f.).

Por supuesto por ser una compañía de la industria, es necesario que se implemente un sistema que contribuya a lo social ya que el uso constante de combustibles fósiles crea grandes niveles de contaminación que en últimas derivan en una afectación a la comunidad directa, con el fin de ser una empresa con una responsabilidad social sostenible, la cual se vea beneficiada y así mismo beneficiar a la comunidad, Así mismo, es de vital importancia comprender la responsabilidad social empresarial como un proceso social por el que los individuos y los grupos obtienen lo que ellos necesitan y desean a través de la creación e intercambio de productos y su valoración con otros, según P. Kotler es una función organizacional y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes y para gestionar las relaciones (INERCO-OPTIM, 2013).

Metodología

Tipo de investigación

La investigación que se realiza para cumplir los objetivos es la cualitativa, la cual describe problemas sociales, con base en características que se identifican con la aplicación de la evaluación de desempeño dentro de la organización, con el fin de definir un plan de responsabilidad social a través de la identificación de características propias de la empresa estudiada y además propiciar la construcción del conocimiento científico (Quecedo Lecanda & Castaño Garrido, 2002).

Capítulo 2. Marcos Conceptuales

Para el presente proyecto se tendrá en cuenta conceptos e información documental referentes a tres temas centrales que son los más relevantes para formular y desarrollar el trabajo.

Marco Conceptual

Ética. Se refiere a los principios que guían el comportamiento de las personas y que pueden clasificarse como buenos o malos (M. A. Alles, 2009).

Ética Empresarial: El Código de Ética y Conducta es la guía principal para orientar nuestras acciones y define la manera en la que debemos actuar en el desempeño de las funciones y actividades asignadas (M. A. Alles, 2007).

Desarrollo Social: Es el desarrollo del talento humano dentro de una organización en lo que implica una evolución o cambio positivo en las relaciones de individuos, grupos e instituciones en una sociedad, para obtener un bienestar común entre los objetivos de la empresa, los de la comunidad y la relación de estos dos (Genesi et al., 2011).

Conducta laboral: “Todas las empresas especifican lo que es un comportamiento aceptable y qué no lo es, al contratar a un empleado. Muchos incluso resumen la conducta que se espera en las descripciones de los puestos de trabajo o durante el proceso de entrevista. Los trabajadores que no cumplan con los códigos de conducta pueden recibir advertencias verbales y escritas, y en última instancia, ser despedidos” (M. A. Alles, 2007)

Confidencialidad: La confidencialidad es la garantía de que la información personal será protegida para que no sea divulgada sin consentimiento de la persona. Dicha garantía se lleva a cabo por medio de un grupo de reglas que limitan el acceso a esta información (Latina, 2001)

Cultura: la cultura es una especie de tejido social que abarca las distintas formas y

expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto, las costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos incluidos en la cultura (M. Alles, 2016).

Cultura organizacional: “es el sistema de creencias y valores compartidos que se desarrolla dentro de una organización o dentro de una subunidad y que regula y orienta la conducta de sus miembros.” (M. Alles, 2016).

Normas: El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española lo define como la “regla que se debe seguir o a que se deben ajustar las conductas, tareas, actividades, etc.” (Española, 1925).

La planeación estratégica: La planeación estratégica es definida como un proceso continuo, flexible e integral, por medio de la capacidad de dirección dando a los directivos la posibilidad de definir la evolución que debe seguir su organización para aprovechar, en función de su situación interna, las oportunidades actuales y futuras que ofrece el entorno. (García et al., 2009; Salcedo Guzmán et al., 2007)

La planeación estratégica en la empresa, como “un proceso de diagnóstico, metódico, introspectivo y colectivo, de toma de decisiones, con relación a las actividades actuales y el rumbo que la familia empresaria debe tomar en el futuro para ajustarse a los cambios y demandas del entorno y de su estructura familiar, lo cual ayudará a su continuidad con el paso del tiempo, con resultados empresariales exitosos.” (Marín Mora & Giraldo, s. f.)

Competitividad: “Capacidad de una organización para ofrecer productos y servicios mejores y más baratos, adecuados a las necesidades y expectativas del mercado, brindando soluciones innovadoras al cliente” (Chiavenato, 2001)

Dirección: “es la función administrativa que interpreta los objetivos y planes para

alcanzarlos; conduce y orienta a las personas rumbo a ellos” (Chiavenato, 2007, p. 81).

Misión: "es la formulación de propósitos de una organización que la distingue de otros negocios en cuanto al cubrimiento de sus operaciones, sus productos, los mercados y el talento humano que soporte el logro de estos propósitos." (Serna, 2008, p. 59)

Objetivos: son los resultados específicos de corto, mediano y largo plazo que una organización desea alcanzar. (David, 2008, p. 13).

Políticas: “son guías para la toma de decisiones y para manejar situaciones repetitivas o recurrentes.” (David, 2008, p. 13).

Servicio “Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico” (Kotler, 1997, p. 656) (Duque, 2005, p. 64).

Valores: “son creencias básicas sobre lo que es importante y que constituyen guías que orientan las prácticas en una organización.” (Chiavenato, 2007, p. 351).

Visión: "Es la declaración amplia y suficiente de donde quiere que su empresa o área esté dentro de tres o cinco años. No debe expresarse en números, debe ser comprometedor y motivante de tal manera que estimule y promueva la pertenecía de todos los miembros de la organización." (Serna, 2008, p. 74)

Marco Legal Norma ISO 26000

La ISO 26000 es la norma internacional, que proporciona principios de orientación a las empresas sobre la responsabilidad social, con el fin de realizar reconocimiento e involucrar a las partes interesadas para obtener un beneficio común para la empresa y para la comunidad, así mismo pretende ser de utilidad para la organización puesto que se utiliza igual por todos los tipos

de organizaciones. Todas las materias fundamentales comprenden varios asuntos y es responsabilidad individual de cada organización identificar qué asuntos resultan pertinentes e importantes para ser abordados por la organización, a través de sus propias consideraciones y del diálogo con las partes interesadas.

A partir de la implementación de la norma ISO 9000 que consiste en la aplicación de la gestión de calidad en los procesos productivos de la organización, se identifica la importancia de cuidar el medio ambiente, el cual se complementa con la norma ISO 26000 que es la protagonista de los temas sociales, conjuntamente la ISO, la OIT y la ONU buscan poner sus ojos en la responsabilidad social de las empresas.

Aunque obtener la certificación de la ISO 26000 es de forma voluntaria los empresarios obtienen múltiples beneficios, ventajas y ganancias, en tres sectores importantes, ambiental, económico y social. Al adquirir la certificación de forma voluntaria no solo se puede lograr el reconocimiento a nivel social, sino que se pueden obtener condiciones de trabajo mejoradas, con índole humano.

Marco Teórico

Se constituye dos enfoques la parte teórica de los resultados, con el fin de llegar a ellos como es la creación del código de ética y el plan de responsabilidad social empresarial, con el fin de que la empresa obtenga beneficios económicos, ambientales y sociales.

Análisis Fundamentos Teóricos

Código de Ética

En la actualidad existen infinidad de guías para la instauración de los códigos de

conducta de las organizaciones según sea su tamaño, su capital, producto o servicio que oferta, el mercado etc. Cada organización adapta su modelo de negocio, gerencial y su código de conducta de acuerdo con sus necesidades, sin embargo, hoy día las grandes empresas buscan la concientización acerca de la responsabilidad social empresarial como una manera de mejorar también su imagen corporativa y su posicionamiento en el mercado utilizando diversos medios de los tics. Por lo anterior se puede resumir el código de conducta un documento redactado voluntariamente por una empresa en el que se exponen una serie de principios que se compromete unilateralmente a seguir y cumplir.

El instituto de investigación de las naciones unidas para el desarrollo social (inris) ha estimado en unos cientos los códigos de conducta de empresa existentes. Se trata de una cantidad muy pequeña para alcanzar a las empresas multinacionales que actúan globalmente. Es por ello por lo que grandes organizaciones buscan que los códigos de conducta cumplan con ciertas características como:

- ¿cuál es la gestión correcta?
- Nuestra obligación ética.
- Nuestros patrones para la participación.
- La integridad de nuestro negocio.
- Nuestra responsabilidad social.
- Conformidad con los procedimientos, renunciaciones y modificaciones.
- Políticas relacionadas y regulaciones

Responsabilidad social empresarial

Como principal definición de la responsabilidad social empresarial, se toma la que esta

aportada por los países asistentes al World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) en el año 1998, en el cual hubo una construcción participativa y es "La responsabilidad Social Corporativa es el compromiso permanente de los negocios de comportarse éticamente y de contribuir al desarrollo económico al tiempo que se mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local y de la familia en general." Por otro lado, la Comisión Europea en 2001, señalaba que "la mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria por parte de las empresas a las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con los interlocutores" (Comisión de las comunidades europeas, 2001). En lo que se puede identificar que ser socialmente responsables con la comunidad es ir más allá de cumplir la normatividad para la puesta en marcha de una actividad comercial y las obligaciones jurídicas, invirtiendo más en el talento humano de la organización, el entorno y las relaciones con los involucrados en la actividad comercial.

Consideramos que, si electro Tolima S.A.S. implementa "una propuesta de un Sistema de Gestión de RSE, contribuirá al mejoramiento de los resultados de la compañía y facilitaría la sostenibilidad en el tiempo", porque:

- ✓ La empresa mejora su desempeño
- ✓ Los empleados incrementaran su productividad
- ✓ La empresa aumenta y mejora las relaciones con su entorno y la comunidad
- ✓ La empresa mitiga y mejorará la gestión del riesgo dentro de sus actividades
- ✓ La empresa mejorará la relación con los stakeholders (Clientes, Proveedores, Comunidad y el Medio Ambiente)

Análisis Situacional

Este apartado comprende el diagnóstico que se realiza a la empresa para el desarrollo del trabajo, con el fin de comprender a cabalidad las necesidades que tiene y así mismo los resultados que se pueden llegar a tener con realización y cumplimiento de los objetivos propuestos

Direccionamiento estratégico

Misión: Somos una empresa dedicada a la prestación de un servicio de alta calidad, seguridad, cobertura, eficiencia, oportunidad y mejoramiento continuo, para contribuir a mejorar la calidad de vida de los usuarios, buscando la satisfacción del cliente, proveedores y de nuestro recurso humano, a través del mejoramiento continuo. Nuestras actividades se desarrollan con gran sentido de respeto por la comunidad beneficiaria y usuaria de nuestra labor.

Visión: En el año 2025, buscamos ser la empresa más importante en el nivel local y regional, y estar posicionándonos a nivel nacional en los sectores público y privado, Ser reconocidos por nuestros excelentes servicios y dirección de proyectos, en diseño, interventoría, consultoría en el mercado energético.

Política: Detallar alianzas estratégicas con entidades públicas, privadas, y comunidades, con el fin de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida, ratificando así en deber con la compañía con su compromiso popular. Detallar un autocontrol riguroso y completo a todas las superficies cumpliendo de sus funcionalidades.

Valores Corporativos: “son creencias básicas sobre lo que es importante y que constituyen guías que orientan las prácticas en una organización.” (Chiavenato, 2007, p. 351).

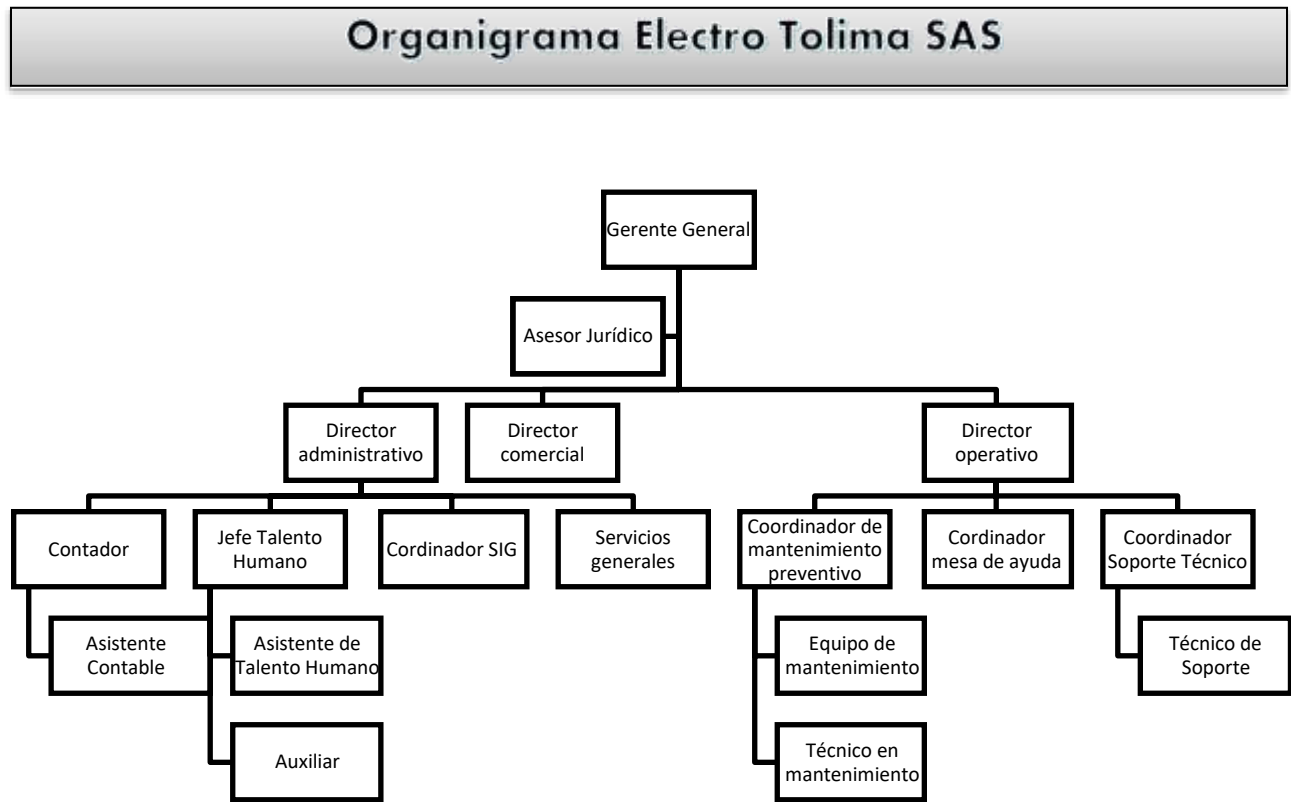
Figura 1: Valores Corporativos Electro Tolima S.A.S.



Fuente: Diagnostico Electro Tolima S.A.S.

Organigrama Empresarial: Según Moreno and del Pilar Liz (2009), “el diseño departamental se puede presentar en tres formas: Agrupación funcional: se realiza clasificando los componentes funcionales que se requieren para que la organización cumpla su misión”.

Figura 2: Organigrama Electro Tolima S.A.S.

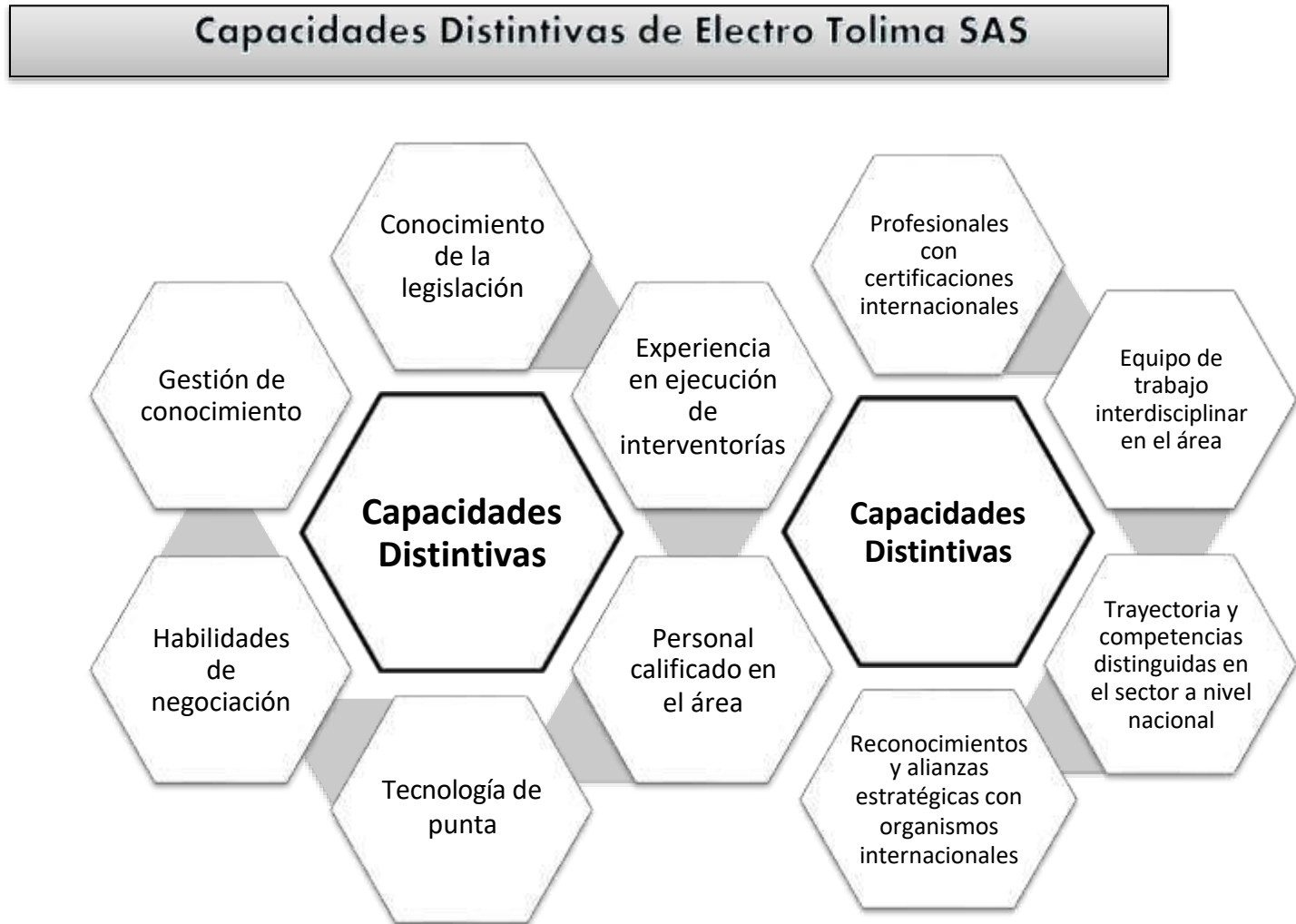


Fuente: Diagnostico Electro Tolima S.A.S.

Capacidades Distintivas: son las capacidades que posee la empresa frente a la competencia, y lo que la hace fuertemente competitiva en un sector energético, puesto que posee

personal competente, experiencia y las suficientes competencias laborales para desempeñarse en su actividad.

Figura 3: Capacidades distintivas Electro Tolima S.A.S.



Fuente: Diagnostico Electro Tolima S.A.S.

Evaluación del desempeño de la empresa de la empresa electro Tolima S.A.S.

La evaluación de desempeño es uno de los sistemas más importantes a considerar por las organizaciones para la obtención de información que relaciona las problemáticas

según las dimensiones de análisis y por supuesto, el nivel de impacto de estos, por lo que se estudian e identifican las tres dimensiones económica, social y ambiental.

Tabla 1: Evaluación del desempeño (Dimensión Económica) al interior

Conformación de evaluación de impacto de la empresa electro Tolima S.A.S.				
Dimensión	Problema	Impacto	Relación	
Económica	Al interior	Se posiciona como la única empresa en una zona no interconectada en Tolima.	Positivo	
		Los ingresos son producto principalmente de la facturación del servicio de energía eléctrica.	Positivo	
		La posibilidad de pérdida del cumplimiento de las obligaciones contractuales en materia de servicios públicos domiciliarios es latente todo el tiempo.	Positivos	
		Debido a la ubicación geográfica donde se encuentra la empresa, el riesgo operativo es latente, ya que, por medios como el internet, la falta de capacitación del personal, la ausencia de medios tecnológicos de avanzada por altos costos no permite que la empresa esté acorde con las empresas del interior país.	Negativo	Media
		Actualmente el hospital, adeudan grandes cantidades de dinero a la empresa, es muy preocupante la causa principal del riesgo de liquidez dentro de la empresa, donde se ha establecido políticas claras de la recuperación de cartera.	Negativo	
		El riesgo comercial se enfoca nuevamente al no pago del servicio de energía por parte del usuario final y el robo constante de energía esto hace que el consumo sea mayor y los ingresos sean pocos.	Negativo	

Fuente: Diagnostico Electro Tolima S.A.S.

En la tabla número uno se puede identificar como la empresa se posiciona como la única empresa en una zona no interconectada en Tolima, además de que los ingresos son producto

principalmente de la facturación del servicio de energía eléctrica y surge la posible pérdida del cumplimiento de las obligaciones contractuales en materia de servicios públicos domiciliarios es latente todo el tiempo. Por otro lado en la tabla 2 debido a la ubicación geográfica donde se encuentra la empresa, el riesgo operativo es latente, ya que, por medios como el internet, la falta de capacitación del personal, la ausencia de medios tecnológicos de avanzada por altos costos no permite que la empresa esté acorde con las empresas del interior país, puesto que el hospital, adeudan grandes cantidades de dinero a la empresa, es muy preocupante la causa principal del riesgo de liquidez dentro de la empresa, donde se ha establecido políticas claras de la recuperación de cartera.

Tabla 2: Evaluación del desempeño (Dimensión Económica) al exterior

Conformación de evaluación de impacto de la empresa electro Tolima S.A.S.				
Dimensión		Problema	Impacto	Prelación
Económica	Al Exterior	Mejoramiento de los contadores y redes eléctricas domiciliarias, de media y baja tensión.	Positiva	Media
		Hay casos donde se evidencia que algunos colaboradores de la empresa se prestan para algunas malas práctica en contadores lo que implica un supuesto elevado consumo y/o, al contrario, favorecen a algunos medianos empresarios.	Negativa	
		Debido a la falta de equipos de medida, es muy difícil realizar el cálculo de pérdidas técnicas, de modo separado de las pérdidas no técnicas, motivo por el cual, se debe hacer un análisis conjunto.	Negativa	

Fuente: Diagnostico Electro Tolima S.A.S.

Tabla 3: Evaluación del desempeño (Dimensión Social)

Conformación de evaluación de impacto de la empresa electro Tolima S.A.S.				
Dimensión		Problema	Impacto	Prelación
Social	Al interior	<p>Los empleados de la empresa no adelantan ningún tipo de taller o capacitación sobre el impacto social o ambiental a sus colaboradores.</p> <p>La falta de una persona sobre la atención del servicio al cliente de los diferentes pares impuestas por los usuarios.</p> <p>Falta más promoción de las líneas de crédito que maneja la empresa en temas de instalación, remodelación de cableado etc.</p>	Negativa	Alta
	Al exterior	<p>No se ha visto cumplimiento por parte de la empresa en lo referente a la responsabilidad social hacia la comunidad.</p> <p>No genera confianza ni acercamientos con la comunidad. No se ha visto exposiciones al público.</p> <p>A pesar del crecimiento significativo de a la empresa no abre nuevos empleos, recargando a los actuales colaboradores lo que puede conllevar a un servicio en decadencia.</p> <p>El alumbrado público en el municipio no es muy bueno hay partes oscuras e inseguras, además le falta más iluminación en parques y lugares públicos.</p> <p>No aplica principios mínimos de responsabilidad social empresarial a pesar de que en su organigrama lo establece.</p>	Negativa	Alta

Fuente: Diagnostico Electro Tolima S.A.S.

Tabla 4: Evaluación del desempeño (Dimensión Ambiental)

Conformación de evaluación de impacto de la empresa electro Tolima S.A.S.				
Dimensión		Problema	Impacto	Relación
Ambiental	Al interior	<p>La empresa no tiene establecido ningún tipo de campañas para incentivar el cuidado del medio ambiente y sus alrededores.</p> <p>No aplica estrategias de divulgación masiva para la preservación del medio ambiente (folletos, afiches etc.) Ni para ahorro de energía.</p> <p>Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para ejecutar los proyectos de energías no convencionales, alternas o renovables priorizados y seleccionados en el departamento definir los parámetros para la ejecución de estos mediante la asociación del ipsi, patrimonio natural.</p>	Negativa	Alta
	Al exterior	<p>Las plantas eléctricas generan una inmensa contaminación auditiva por el inmenso sonido que producen a barrio aledaños.</p> <p>La empresa no genera ningún tipo de estrategias que ayuden a genera otro tipo de energía limpia (eólica, solar etc.)</p> <p>No se conoce ninguna estrategia de recolección de residuos químicos utilizados en la generación de la energía tales con aceites, combustibles no utilizables etc.</p>	Negativa	Alta

Fuente: Diagnostico Electro Tolima S.A.S.

La evaluación realizada en la empresa demuestra el desempeño y los antecedentes encontrados dentro la organización electro Tolima S.A.S., empresa de energía del Tolima. Con el objeto de revisar los impactos principales que se efectúan en el perfeccionamiento de los procedimientos dentro la organización.

Los resultados de la evaluación realizada en la empresa demuestran problemas que tienen prioridad alta de atención son el aspecto económico y social y con prioridad media el aspecto ambiental.

- Económico: Con los salarios de los empleados y las cotizaciones de proyectos presentadas a clientes externos.
- Social: Con la capacitación del personal y el nivel de satisfacción de los clientes.
- Ambiental: Con el impacto ambiental generado por sus actividades productivas.

La gestión integral de responsabilidad social en la empresa realiza implementación de manera voluntaria el plan básico de RSE basada en el código de conducta ya creado (Anexo 1), en el cual se está integrando los principios, las estrategias y los procesos y procedimientos de todas las actividades de la organización, para fomentar la cultura de responsabilidad social empresarial en los colaboradores para contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad. La organización realiza la integración de sus actividades cotidianas con actividades que reflejen socialmente los principios éticos de las actividades realizadas dentro y fuera de la organización, participando en actividades de apoyo y desarrollo de la comunidad que se encuentra a su alrededor, invirtiendo en la capacitación y formación integral de sus empleados y mitigando los impactos ambientales generados por sus actividades productivas. La empresa para continuar con el proceso de mejora continua en el diseño, fabricación y comercialización de su servicio tiene proyectado realizar la inversión para adquirir la certificación en ISO 9000 (Calidad Total) y la certificación en ISO 14000 (medio ambiente

En el contexto de RSE una organización que trabaja en “alianza con todos sus grupos de interés que son Trabajadores, clientes y la comunidad donde desarrolla sus actividades el

impacto que se obtiene con el trabajo conjunto con estos grupos es que se consignan los resultados hacia cada grupo de interés, es voluntario para cada empresa, es una manera de reportar los aspectos sociales, económicos y sociales y debe reflejar finalmente la gestión empresarial”.

Lo que conlleva a la obtención de beneficios por cada diferente grupo, los cuales son:

- Disminuye riesgos de malos manejos
- Se asegura transparencia y veracidad de la información
- Se crea un mecanismo para evitar los conflictos
- Se crean los espacios para la resolución de controversias
- Se mejora la reputación de la empresa frente a la comunidad
- Se reduce el ausentismo laboral y se optimizan las competencias dentro de la organización en cada puesto de trabajo.
- Se mejora la calidad de vida de los trabajadores
- Se disminuye el estrés en los trabajadores
- Mejora el clima laboral
- Se Fortalece la cultura organizacional

De acuerdo con los antecedentes de “las prácticas de la filosofía de la RSE de la empresa se detecta la necesidad de formalizar un modelo estándar que sea oficialmente implementado, pues, aunque cuenta con algunas prácticas no está determinado por los parámetros de la norma ISO 26000”.

El proyecto se realizará en la empresa, ya que en la actualidad tiene algunas “prácticas encaminadas a la utilización de la filosofía RSE, debido a que lo ven como una filosofía

empresarial que les puede ayudar a ser más competitivos disminuyendo los riesgos, mejorando la eficiencia, la innovación, generando sostenibilidad, para convertirse en una compañía de nivel global, y así tener un mayor impacto y compromiso con los grupos de interés y con los tres frentes sociales”.

Capítulo 3. Resultados

Descripción de Stakeholders

La identificación de los grupos de interés para la realización del plan de responsabilidad social de la empresa se mantiene con base en la creación del código de conducta (Anexo 1) para la empresa de energía electro Tolima S.A.S.

La responsabilidad social empresarial es una de retribuciones de los diferentes grupos de intereses los stakeholders, se pueden ver afectadas tanto positivo como negativamente, con el fin de obtener claridad se puede clasificar los stakeholders, en dos grupos los primarios o internos que tienen una relación económica directa con la compañía y son esenciales como entre otras cosas accionista, capitalistas, usuarios y suministradores, y por otro lado están los secundarios o externos que son esos que no forman parte de manera directa con la compañía, pero si tienen la posibilidad de afectarlos, y verse damnificados por acciones que haga acá vemos etc. a los competidores, el gobierno la red social, donde trabajan la familia de los trabajadores, los instrumentos sociales para informar y comunicar, grupos de custodia al medio ámbito y ONG (Díaz de la Cruz & Fernández Fernández, 2016). Para deducir los stakeholders, son todos los actores sociales que gracias a las elecciones que toman las compañías tienen la posibilidad de verse afectado tanto por lo negativo como de forma positiva.

Definición de stakeholders de la empresa de energía electro Tolima S.A.S.

La importancia de identificar todos los actores internos y externos que hacen parte de la empresa, para generar estrategias a favor de promover cambios y mantenernos de acuerdo con los retos que se presenten en el futuro, tanto en el ámbito social y ambiental. Cuando una empresa realiza sus actividades de una manera socialmente responsable tiene una afectación directa de los stakeholders quienes tienen el poder y un alto nivel de impacto para la misma. Son muy importantes, debido a que pueden afectar en mayor o menor medida el funcionamiento de la empresa.

Enfocando esta actividad en la sostenibilidad, el desarrollo y en que la empresa perdure en el tiempo, el rol que cumplen los stakeholders sobre ésta es fundamental. La razón principal es que una buena o mala decisión que impacte a algún stakeholder puede generar un impulso y buenos resultados sobre una empresa o, por el contrario, hacerla fracasar e incluso desaparecer. Para cada empresa según su actividad económica tiene relevancia y más importancia un stakeholders más que otro, pero si es de resaltar que a pesar de que la influencia y el impacto generado por cada uno sea bajo o alto, todos tienen una afectación en los resultados de los objetivos de las empresas, para nuestro caso a continuación definimos cuales son esos grupos de interés de mayor influencia e impacto.

Para la empresa de energía, es muy significativo tener bien claro cada uno de los conjuntos de rendimiento que encierran de forma continua e indirecta, de esta manera se puede identificar cada uno de los actores y sus responsabilidades.

Actores internos: estos son imperiosos para garantizar el trabajo y la dirección de la empresa, porque se incluyen a cada uno los involucrados y sus responsabilidades de quienes conforma el diagrama.

Accionistas: representantes jurídicos o natural con condiciones de propietarios o socios económicos para obtener una rentabilidad dentro de la empresa.

Junta directiva: son personas competentes de dirigir una empresa donde la gestión es administrativa y económica.

Colaboradores: son las personas que laboran dentro de la empresa son las encargadas de realizar las tareas necesarias para conseguir que la empresa funciones y sea rentable.

Agentes externos: hace hincapié a los que no tiene que ver con las actividades de la empresa de forma directa.

Proveedor: empras aliadas de suministrar en búsqueda de satisfacer las necesidades de la empresa.

Bancos: entidad financiera donde la empresa tiene la disponibilidad presupuestal.

Entes de control: entidades encargada de realizar seguimientos de control de la empresa.

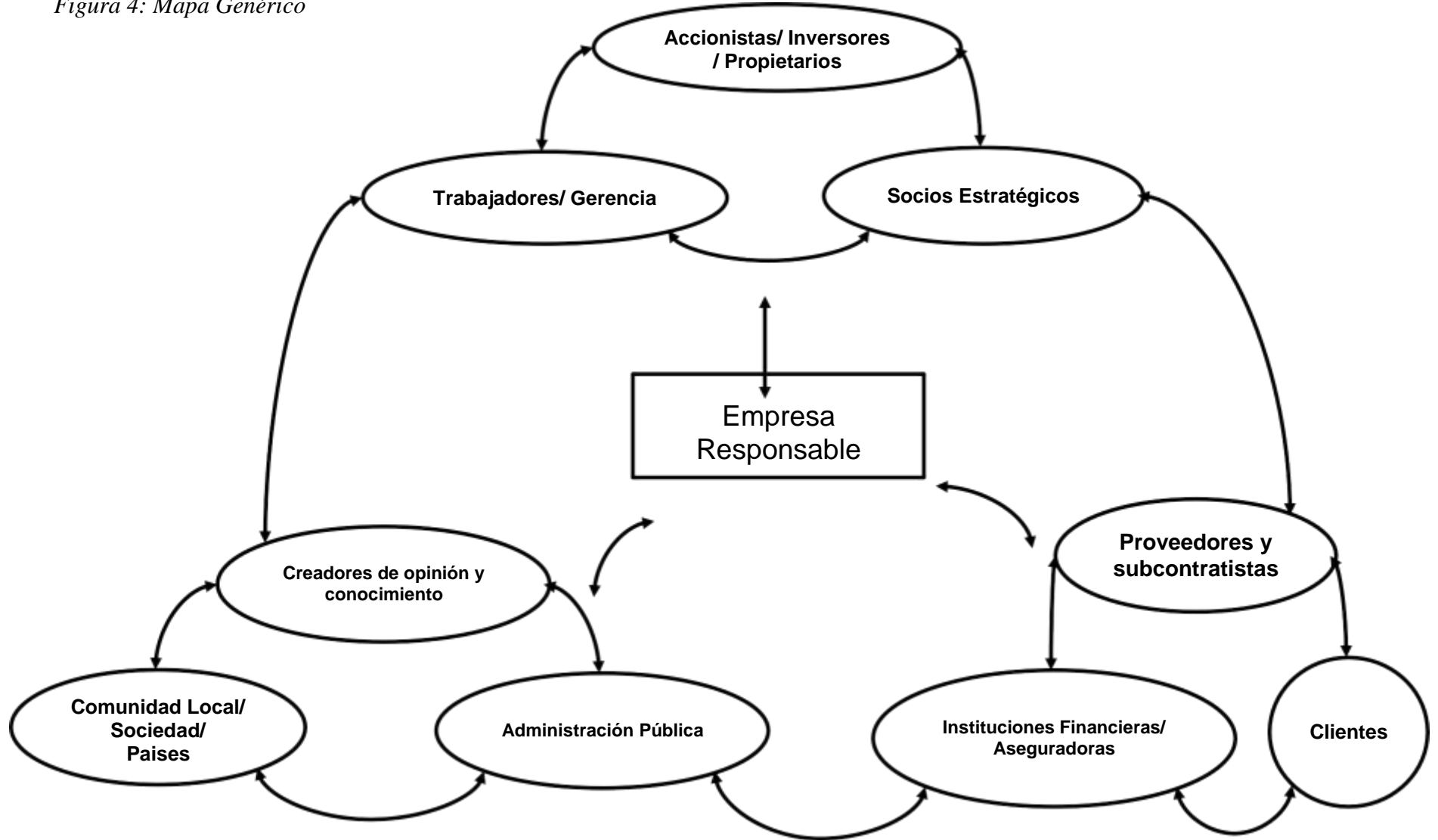
Comunidad: comunidad que no tienen que ver con el servicio de energía y se quieren beneficiar de algún beneficio.

Medios de comunicación: canales de aviso y/o propagación para uso de comunicados de la empresa a la comunidad en general.

Usuarios: personas que están afiliadas que se benefician del servicio de energía.

De acuerdo a “la realidad de cada empresa se deben definir los stakeholders pertinentes y gestionarlos para lograr que la organización perdure en el tiempo, así mismo se debe reconocer la importancia de los stakeholders y darle relevancia a temas como la responsabilidad social, entendida en sentido ético” (Lenssen et al., 2007).

Figura 4: Mapa Genérico



Fuente: Autor con bases conceptuales de (Acuña, 2012; Aldeanueva, 2008; Lenssen et al., 2007)

Teniendo en cuenta los autores citados en el gráfico, “el mapa genérico de Stakeholders es una herramienta para representar de forma visual los grupos que participan en el servicio de la empresa, los cuales se agrupan por intereses comunes y cada empresa lo puede elaborar más ajustado diseñando instrumentos de medición que le permitan realizar mejor las agrupaciones”.

Matriz de relaciones entre la empresa y los Stakeholders identificados.

La figura 2 muestra la matriz influencia e impacto de los stakeholders de la empresa electro Tolima, en el cual se logra identificar cada uno de los parámetros la importancia de la gestión de interesados en el perfeccionamiento productivo y administrativo de la empresa de energía de la empresa electro Tolima S.A.S.

Figura 5: matriz influencia e impacto de los stakeholders de electro Tolima S.A.S



Fuente: Autor con bases de Electro Tolima S.A.S.

La figura muestra la información en la matriz de dos columnas y de dos filas, lo cual permite posicionar a cada uno de los stakeholders o grupo de interesados, en unos de los

cuadrantes para lo cual se definió una estrategia de comunicación específica para ese grupo de interesados. De igual manera las estrategias que se deriven de este plan de comunicación estarán encaminadas en a dar su soporte al proyecto y al minimizar, los efectos negativos de cualquier stakeholders ante el proyecto, algunas estrategias que se utilizaran en el proyecto de la empresa de energía en el departamento del Tolima, seria 1 la comunicación, mantener comunicados a todas las personas a todos los interesados en el proyecto de forma oportuna.

Numero dos participaciones buscar que las personas sobre aquellos que tienen mucha influencia en la empresa o en el proyecto y mucho interés en el proyecto, colabores en algunas de las actividades del proyecto, otra es la mitigación hay algunas acciones de algunos stakeholders, que van a influir positiva o negativamente ante el proyecto lo que debemos hacer es mitigar estos efectos negativos.

Capítulo 4. Plan de Acción y de Seguimiento

Proponer el plan de acción con las estrategias e indicadores que permitan a la empresa de energía electro Tolima S.A. lograr posicionarse en el mercado como una organización social y ambiental responsable.

Plan de responsabilidad social empresarial

El desarrollo de un plan de responsabilidad social vincula distintos elementos tales como los stakeholders, donde se especifican los objetivos, así como las estrategias que busquen el cumplimiento de estos, dentro de la misma necesidad el uso del plazo para la ejecución de las estrategias, por supuesto también vincula aquellos recursos fundamentales y necesarios, todo orientado a la observación de los indicadores y al seguimiento planteado para cada uno; para ello, en la tabla no. 4, se podrá observar dicha vinculación de información de la compañía en mención.

Tabla 5. Plan de ese para la empresa de energiza electro Tolima S.A.S.

Dimensión	Stakeholders	Objetivo de seguimiento	Estrategia	Plazo	Recursos	Indicador
Económica	Usuarios, empleados Junta directiva	Garantizar satisfacción de los clientes a través de la prestación de servicio de calidad en la distribución y facturación.	Realizar encuestas de satisfacción al usuario Atender los llamados de emergencia solicitado por los usuarios, frente a problemas presentados con el servicio. Entregar la facturación de manera oportuna y clara al usuario.	Mensual	Trabajadores, técnico, operativo	número de quejas recibidas / Número de clientes * 100 Número de cobros efectivos a clientes / Numero de facturas vencidas *100 número de personas inconforme del servicio / Número de clientes * 100
Social	Proveedores, usuarios, trabajadores, junta directiva, comunidad.	Establecer una imagen corporativa, con el fin de atraer nuevos clientes e inversionistas Realizar el seguimiento y evaluación con el fin de fortalecer el talento humano dentro de la organización.	Efectuar el seguimiento y evaluación al plan de capacitación de la empresa. Implementar una campaña de publicidad Implementar talleres para mantener el personal interesado en la importancia de la Responsabilidad social empresarial RSE	Mensual	Área contable y financiera, técnico, mercadeo, trabajadores. Área de Diseño	Numero de capacitaciones efectivas / Personal requerido para capacitar *100
Ambiental	Profesional ambiental, trabajadores usuarios, comunidad corporaciones ambientales	Implementar acciones correctivas y o preventivas de uso racional eficiente y ahora de energía en la empresa de los usuarios y comunidad del Tolima.	Realizar talleres y jornadas didácticas, sensibilización dando a conocer la importancia sobre las medidas y alternativas para el ahorro de energía.	Mensual	Profesional ambiental técnicos, medios físicos y financiero	Número de usuarios dispuestos al ahorro / Número de kw consumidos en el mes x los usuarios * 100

Plan de comunicaciones a los interesados stakeholders.

Es fundamental comprender, que, para el desarrollo de las operaciones de la organización y el correcto planteamiento del problema, se debe establecer un sistema de comunicación de los interesados stakeholders, por tanto, en la tabla 2 se puede plantear un sistema que permite unificar las dimensiones con sus stakeholders, así como la frecuencia y medios u herramientas para el correcto flujo de información.

Tabla 6: Plan de comunicaciones stakeholder electro Tolima S.A.S.

Propósito de los comunicados			
Ámbito	Stakeholders	Periodicidad	Forma
Económica	Usuarios Empleados Junta directiva	Trimestral	Medios de comunicación, carteleras y página redes social de la empresa, correo electrónico, acta de informe.
Social	Empleados, socios, junta directiva	Trimestral	Correo electrónico y el informe de gestión
Ambiental	Usuario, los miembros de la empresa de energía, gubernamentales y corporaciones ambientales	Trimestral	Medios de comunicación, comunicado interno, carteleras, circular, correo electrónico, la plataforma institucional, comunicación escrita y verbal.

Informe de gestión al plan de responsabilidad social propuesto.

De esta manera se propone el informe de gestión del plan de responsabilidad social donde se identifique las necesidades la empresa de electro Tolima S.A.S., esto le permite promover la estrategia de responsabilidad social en los negocios, reforzar las competencias empresariales en este marco, contribuir a mejorar los impactos ambientales, económicos y sociales de las empresas en su entorno, contribuir a la creación de cadenas de valor para los diferentes grupos de interés en la organización, todas las acciones de la organización para

asumir la responsabilidad por los impactos de sus actividades sobre la sociedad y el medio ambiental. De esta manera es de descartar ISO 26000, es una de las normas voluntarias todas estas partes que viene hacer una opción como empresa que es responsables de sus acciones y de las consecuencias de estas

Conclusiones

El presente trabajo permitió proponer acciones para generar de valor de la compañía, los territorios y la sociedad necesarios para el desarrollo, el mejoramiento de la calidad de vida, la igualdad, la reducción de impactos ambientales y la conservación de la biodiversidad.

Teniendo en cuenta la globalización, la modernización, las tecnologías de la información y las comunicaciones que se viven en la actualidad, las empresas y organizaciones deben estar a la vanguardia por diversas razones estratégicas como por ejemplo competir en un mercado tan cambiante y tan grande pero que al mismo tiempo es un mercado al que todos tiene acceso es por ello que se genera la importancia de los modelos gerenciales con el fin de mejorar las estrategias y adoptar y adaptar las mejores a las necesidades de la organización en búsqueda de una mayor rentabilidad y mejor servicio, con calidad para los clientes. Lo anterior ayudara a nivel organizacional cambios estratégicos a bien que deben ser intervenidos de la mejor manera por los líderes en la funcionalidad de sus equipos de trabajo, buscando obtener los resultados específicos de la organización.

La elaboración del plan de responsabilidad social empresarial, a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales generados por las empresas, que incluya diferentes estrategias de solución o mitigación de estos, que al ser adoptadas aportarán valor a la organización, por lo tanto la empresa de energía del electro Tolima S.A.S., de este modo se pudo realizar un análisis en el formato de formato evaluación de impacto empresa, teniendo en cuenta los impactos económicos, social y ambiental.

Con la elaboración de un plan de responsabilidad social empresarial, mediante la

identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales concebidos por las empresas, donde se incluyen diferentes tácticas de ayuda y mitigación de estos, lo cual aporta un valor agregado a la empresa. Se propusieron estrategias y metodologías para incorporar la responsabilidad social empresarial permitiendo la incorporación de esta en la toma de decisiones con alcance social, político y ambiental necesarios para la construcción futura de la sostenibilidad global. Es muy importante implementar el código de conducta en una empresa como empresa de energía del Tolima electro Tolima, dado que ayuda a proteger la reputación de la empresa, además de guiar en las decisiones administrativas, determinado estándares de comunicación, brinda las normas sobre conflictos de interés entre otros.

Para que una empresa verdaderamente funcione y tienda al crecimiento de manera constante, es importante atender a todos los stakeholders, es decir, todos esos actores sociales que tienen una relación con la compañía y que de alguna forma se ven damnificados por las elecciones de esta. Mediante la matriz de influencia/impacto se puede agrupar a los interesados basándose en su participación (“influencia”) en el proyecto y su capacidad de efectuar cambios a la planificación o ejecución del proyecto (“impacto”).

En la etapa de inicio de la administración con responsabilidad social empresarial se detalla el registro como la estrategia para la gestión de los stakeholders para tener muy claro cuáles son sus expectativas, una vez determinados los stakeholders es requisito seguir con la estrategia de gestión de los apasionados, en ella tienes que determinar el enfoque para conseguir el acompañamiento y achicar los impactos negativos en los stakeholders, entonces el registro como la estrategia de gestión de los involucrados son puntos fundamentales del plan de comunicación del emprendimiento y del manejo de las expectativas.

Es por ello por lo que es necesario conocer todos los grupos de interés, realicen un

diagnóstico organizacional que nos brinde la información necesaria para identificar cada de una de las necesidades de los stakeholders y de esta manera poder generar una buena estrategia que involucre a todos los grupos y por su puesto resolver todos los inconvenientes siempre teniendo en cuenta todos los puntos de vista.

Referencias Bibliográficas

- Arévalo-Martínez, R.-I., & Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. (Spanish). *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–11. Recuperado de [_](#)
- Bernal, E. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. *Revista Empresa y Humanismo*, 2, 79. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search-ebshost-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=52989407&lang=es&site=ehost-live>
- De la Cruz, C & Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo*, 19(2), 69–118. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=117625019&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Fonseca, R. (2019). El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo. *Economía y Desarrollo*, 162(2), 1–18. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=139381284&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- González, Y., Manzano, O & Torres, M. (2019). Capítulo 1: Evolución de la responsabilidad social universitaria: Línea del tiempo y análisis bibliométrico. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 31 - 52. Recuperado a partir de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3137>

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lls&AN=140256523&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Llanes, M & Salvador, Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. (Spanish). *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1), 1–28. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=132100014&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Méndez, A., Rodríguez, M & Cortez, K. (2019). Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil. *Análisis Económico*, 34(86), 197–217. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=136796612&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Pérez-Sanz, J., Gargallo-Castel, A & Esteban-Salvador, L. (2019). Prácticas de RSE en cooperativas. Experiencias y resultados mediante el estudio de casos. *CIRIEC - España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 97, 137–178. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=140495890&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Vargas-Chaves, I & Marrugo-Salas, L. (2015). La responsabilidad social empresarial como criterio orientador para la sostenibilidad y la ética de las actividades del sector bancario. *Jurídicas*, 2, 42. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.61c76f17644f498cba5f59d3917aefb9&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Anexos

Anexo 1: Código de Ética

Modelo gerencial

Teniendo en cuenta la empresa seleccionada y las características geográficas del departamento donde tiene sede la empresa, además las características demográficas culturales de los habitantes que se benefician de dicha organización o en fin los grupos de interés sería muy interesante elegir el modelo gerencial de inclusión, “con el cual se identifican las necesidades y expectativas de los clientes, los requisitos del producto o la prestación del servicio, la entrega el producto terminado o se presta el servicio y se mantiene comunicación externa con el cliente, atendiendo incluso sus quejas y reclamos y finalmente se retroalimenta o se toma en cuenta la percepción del cliente, en relación con la capacidad de la organización en el cumplimiento de sus necesidades y expectativas”.

Tomado de Triana, k. (2017). Ova - porteros fie fórceps. [archivo de video].

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docid=3224895>

Informe previo al código de conducta empresarial de energía de Electro Tolima S.A.S.

El código de ética y conducta empresarial se aplica a todos los involucrados en la elaboración y gestión de labores en la empresa de energía del Tolima electro Tolima S.A.S., con el fin de desarrollar honestidad e igualdad.

Dado que siempre “ha sido nuestra política que todas las actividades deban realizarse con los más altos estándares de mesura y decoro, cumpliendo con todos los requisitos, procedimientos legales, reglamentarios, estrategias y directivas que se impartan”.

En diferentes grados y dependencias de la empresa, así como proveedores y/o contratistas de electro Tolima S.A.S., representan a la entidad en su relación con la

comunidad, otras empresas, clientes, proveedores, competidores de la compañía, en lo cual cada uno es responsable de garantizar y curar la notoriedad de la colectividad y el código establece lo que se curiosidad a los que forman informativo del grupo de electro Tolima

La invocación, símbolo que comprende la normatividad de la entidad donde levante ventaja de conducta escoge varios conocimientos de pulcritud y una postura aplicable de modo general a cualquier recriminación; cada afectado es responsable de conocer, repasar y querer las políticas, y los aspectos de gestión siendo eficaces y transparentes, internamente el orden y el compromiso con los grupos de participantes que se hagan participe de la organización.

El código de conducta está compuesto de:

1. Las obligaciones de todos los colaboradores que conforman la empresa de energía del Tolima asumen cada uno de los comportamientos atreves de los cuales se deben garantizar los valores con el modelo de cultura definido.
2. Articulación del acatamiento de decisiones coherentes con las directrices generales para la ejecución de buenas prácticas empresariales.
3. Dentro de las políticas trazadas a nivel organizacional, de la tarea integral, eficiencia y transparencia, en su labor del gobierno donde se incluye las políticas de riesgos como es el lavado de activos y financiamiento de actos de terrorismo, esto pude generar la desconfianza así creando no un buen concepto ético dentro de los grupos de interés.

Desarrollo del código de conducta electro Tolima

Introducción.

El código de ética y conducta empresarial se aplica a todos los involucrado en la elaboración y gestión de labores en la empresa de energía del Tolima electro Tolima

S.A.S., con el fin de desarrollar honestidad e igualdad.

“Ya que siempre fue nuestra política que todas nuestras ocupaciones deban hacerse con los más altos estándares de honestidad e integridad y cumpliendo con todos los requisitos, métodos legales y reglamentarios, reglas y ordenes que se impartan. En distintos grados, como director general, jefes de área, asesoras, Directivos, jefes de departamento, coordinadores, expertos, técnicos y todos los otros trabajadores de la compañía, de esta forma como suministradores y/o contratistas de electro Tolima S.A.S., representan a la empresa en sus relaciones con los otros, así sea con otros trabajadores de la compañía o de otras compañías, usuarios, suministradores, competidores de la empresa, gobierno, o con el público generalmente. Cada uno es responsable de proteger y hacer mejor la valoración de la compañía y el código establece lo que se estima a los que forman parte del conjunto de electro Tolima. De esta forma como este código de conducta elige numerosos principios de ética y conducta ajustables de forma general a algún cargo; cada empleado es responsable de comprender, comprobar y respetar las reglas particulares de ética y conducta que se aplican a sus funcionalidades laborales particulares” Tomado de Electro Tolima SAS.

Objetivo general del código de conducta

Establecer lineamientos que les permita a la entidad evaluar el comportamiento ético de todas las actividades comerciales y administrativas de sus colaboradores.

Generalidades

Los altos mandos de la empresa de energía del Tolima electro Tolima desde la dirección General, en conocimiento de la normatividad vigente, como está contemplado en la ley 1122 de 20007, por el cual el artículo 40: literal h, apuntan la carencia de la construcción de un código de conducta y buen gobierno que ubique la prestación de los

servicios donde toman la elección libre de crear y realizar el presente código de conducta encuadrada el accionar institucional en concordancia de la interfaz estratégica.

Alcance:

El código de conducta es una serie de normas recopilada en un documento, que se están controladas por ente rector respectivo. “Esto constituye a la empresa, una norma de conducta que orienta el desempeño de sus trabajadores y contratistas se puede decir que este código describe situaciones generales relativas a las relaciones con los clientes, proveedores, autoridades y con el medio ambiente, considerando aquellas en que existe mayor riesgo de un conflicto ético potencial y las situaciones no previstas en este código de ética de negocios, deben resolverse de acuerdo con un criterio sano de administración, de esta manera la empresa tomando las decisiones como máxima compostura dentro las regulaciones adaptables en sus valores corporativos para hacer realidad la visión del éxito por todos compartidos”.

Plataforma estratégica

Misión: Somos una empresa dedicada a la prestación de un servicio de alta calidad, seguridad, cobertura, eficiencia, oportunidad y mejoramiento continuo, para contribuir a mejorar la calidad de vida de los usuarios, buscando la satisfacción del cliente, proveedores y de nuestro recurso humano, a través del mejoramiento continuo. Nuestras actividades se desarrollan con gran sentido de respeto por la comunidad beneficiaria y usuaria de nuestra labor.

Visión: En el año 2025, buscamos ser la empresa más importante en el nivel local y regional, y estar posicionándonos a nivel nacional en los sectores público y privado, Ser reconocidos por nuestros excelentes servicios y dirección de proyectos, en diseño,

interventoría, consultoría en el mercado energético.

Políticas institucionales

Política de calidad

Detallar alianzas estratégicas con entidades públicas, privadas, y comunidades, con el fin de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida, ratificando así en deber con la compañía con su compromiso popular. Detallar un autocontrol riguroso y completo a todas las superficies cumpliendo de sus funcionalidades.

Normas de conducta

Todos los colaboradores de electro Tolima S.A.S., “desde las posiciones de la alta dirección hasta los de más modesta colaboración, tienen que cumplir las normas de conducta expresadas en este código. El solo hecho de aceptar trabajar para la organización ordena a sus empleados a este cumplimiento, por lo cual se adhieren a lo predeterminado en el siguiente código de ética”.

Así como también tienen el derecho a:

Ambiente laboral sin discriminación ni acoso

Los empleados de la compañía tienen que asegurar de que permanezca un ámbito de trabajo seguro, respetuoso libre de discriminación y de acosos, donde existan valores como la igualdad, igualdad, respeto y dignidad. La compañía tiene cero tolerancias para la discriminación laboral y El acoso, y todos los directores, trabajadores tienen que estar en compromiso en impedir un mal ámbito de trabajo.

Los empleados directos de la compañía tienen que tratar de forma justa a los contratistas, individuos, suministradores, competidores. No hay que aprovecharse injustamente de nadie por medio de la manipulación, ocultamiento, abuso de información

reservada o confidencial, o alguna otra costumbre de trato desleal

Condiciones de trabajo seguras

“Se tiene el derecho de trabajar en un ámbito que sea seguro y saludable. De esta forma los trabajadores, contratistas y suministradores tienen que continuar las normas de trabajo o de métodos en relación con las leyes de salud, seguridad y ámbito y no meterse en formas de proceder que logren ser consideradas como formas de proceder ilegales o peligrosas”. Tomado de Electro Tolima S.A.S.

Confidencialidad empresarial

La información es para todo el público y se comparte en un resumen anual o semestral, en diversos medios, como revistas presentaciones en la página de la empresa o en los lugares que se han habilitado para que el público acceda a la información.

Es importante ser cuidadoso cuando se hable sobre negocios de la empresa en lugares públicos, o también cuando se emplean medios sincrónicos y asincrónicos, después de las horas del trabajo y ser cuidadoso con no dejar información en lugares públicos dentro o fuera de la empresa

Los colaboradores no deben enviar por email información confidencial a sus correos personales de correo electrónico ni mantener duplicado de cualquier información

Los empleados de la empresa no deben enviar correos electrónicos a cuentas personales de información confidencial ni tener copias de esta información. Además, es deber mantener alguna información confidencial durante la vigencia del contrato firmado con la empresa y después de terminado el contrato. Se aplica para proveedores y contratistas que puedan acceder a información

La empresa también tiene la obligación de tener confidencialidad con la

información de otras entidades, contratistas, usuarios y proveedores, dado que legalmente la empresa debe mantener esa confiabilidad.

Uso de la información en la empresa (políticas de protección de la información)

Para el desarrollo de las actividades la empresa le da acceso a email, internet, intranet, celulares, teléfonos, fax y de más métodos de transmisión de información, pero esto solo con fines institucionales. En ocasiones estos elementos se pueden emplear de forma limitada y ocasional para fines personales sin ir en contra de las políticas de la empresa y sin dejar de realizar las funciones y actividades asignadas como empleado de la empresa

Los empleados deben procurar no tener ningún duplicado de la información privada en los ordenadores propios de los empleados o en otro dispositivo que no sea propiedad de la organización.

Los empleados tienen el deber de acatar las directrices que sean necesarias para proteger las copias digitales y en físico de la información privada de la empresa.

También los trabajadores deben estar muy pendientes de mantener la seguridad de la red de la empresa, empleando de forma correcta las contraseñas y demás. Los bienes y activos de la empresa no se deben usar para beneficios personal ni actividades ilegales

El adueñarse de los fondos y activos de la empresa, presentar informes de manera incorrecta sobre horas extras que se trabajaron o cualquier novedad alterada es un incumplimiento de sus obligaciones como trabajador de la empresa.

Normas de conducta con la comunidad

Cumplimiento de las leyes y regulaciones

Todo colaborador de electro Tolima S.A.S. se compromete a proteger, cada uno en

su sector de trabajo, que la organización cumpla con todas las leyes y regulaciones que le son ajustables, sea en Colombia o en el exterior. Entonces, debe proteger de informarse de las disposiciones que la empresa debe cumplir y evadir alguna conducta que pudiera ser interpretada como contraria a las leyes y/o disposiciones de alguna jurisdicción donde la compañía haga sus ocupaciones.

Medio ambiente, salud y seguridad en el trabajo

Todo colaborador de la compañía se compromete a asegurar y fomentar la precaución del medio ambiente, la salud y la seguridad en el trabajo. Es responsable de sostener un espacio de trabajo seguro y creíble, para lo cual electro Tolima pone a su disposición los equipos e implementos necesarios para desarrollar como corresponde y sin peligro la actividad que se le encargue. No se admitirán acciones o amenazas que alteren el buen desempeño de la compañía o pongan en peligro y riesgo a los trabajadores y visitantes.

Es además responsable de reportar en forma instantánea a la gente designadas por la compañía de algún incidente, de esta forma como de la presencia de equipos, prácticas o condiciones inseguras. En todo caso, la seguridad va a tener prioridad sobre alguna actividad donde se presente una circunstancia de conflicto.

De igual modo, permite que la compañía logre examinar en cualquier ocasión y sin requerimiento previo algún bien de su propiedad que los trabajadores que utilicen para almacenar sus artículos personales, dentro de escritorios, casilleros, transporte, etc.

Responsabilidad social

El trabajador de electro Tolima S.A.S “es consciente que la organización reconoce a todos los grupos de interés que la conforman. Pueden llegar a ser:

ayudantes, inversionistas, usuarios, suministradores, red social, gobierno y medio ámbito, y busca que el avance de su actividad no perjudique a ninguno de ellos. Por otro lado, se busca contribuir en lo que logre dentro de la operación”.

“Como trabajador alienta el avance de ocupaciones en las comunidades que le cubren, colabora con instancias gubernamentales cuando lo soliciten y optimización los procesos para perjudicar de la menor forma viable al medio ámbito”

Normas de conducta con la organización

Cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Todo colaborador de electro Tolima S.A.S ratifica su deber de priorizar los objetivos de la compañía sobre los objetivos particulares o de sus propias divisiones, departamentos y/o entidades de trabajo.

Está convencido de que sus propios objetivos van a tener consideración en la medida en que contribuyan al logro de los objetivos en general de la compañía.

Conflicto de intereses

El trabajador actuará con lealtad, independencia, transparencia, imparcialidad y un contenido elevado ético en el desarrollo de sus ocupaciones en la organización, evadiendo que se produzcan conflictos reales o visibles entre sus planes personales y los de la organización. Existe conflicto cuando un trabajador tiene intereses propios o representa intereses de otros relacionados que tienen la posibilidad de entorpecer o ser contrarios a los intereses de la organización, o que influyan sobre la independencia de sus elecciones, o que lo lleven a exhibir opciones no justificadas, o a accionar de forma parcializada y no objetiva en perjuicio de esta.

Los conflictos de interés se pueden dar en muchas situaciones. Es así si algún

empleado se le llega a presentar un conflicto de intereses, es necesario ver si una persona informada llegara a la conclusión que su interés en una cuestión pudiera de algún modo influir en su decisión o actuación en el cumplimiento de un deber en nombre de la empresa.

Deber de lealtad y diligencia

Todo colaborador de Electro Tolima S.A.S., ejecuta su trabajo con lealtad a la compañía, intentando encontrar el provecho de esta y cumple su funcionalidad con la adecuada diligencia, poniendo su más alto empeño y atención

Ventas, marketing y adecuado manejo de los negocios

No va a transmitir mensajes deliberadamente mentirosos ni omitirá hechos indispensables, ni va a hacer falsas declaraciones sobre las promociones de nuestros competidores. Sobre todo, a los barrios más vulnerables cuando estos soliciten una nueva conexión y acometida o demás productos que oferta la empresa. Esto con el fin de actuar de conformidad con los estándares más altos de integridad en todos los puntos de las ocupaciones.

Relaciones con los medios de comunicación

La compañía tiene muy presente la consideración de que las comunicaciones en público sean:

- Oportunas, objetivas y precisas
- Consistentes y extensamente difundidas, de conformidad con todos los requisitos legales y reglamentarios que puedan

Los ayudantes se abstendrán de ofrecer información a instrumentos sociales para informar y comunicar con distinción de aquellas situaciones en las que haya “una

indicación expresa de la alta dirección de la compañía y se compromete a estar informado sobre algún asunto importante de interés local, nacional e en todo el mundo relacionado con las ocupaciones comerciales y los negocios de la organización”.

Los comentarios, publicaciones, mensajes en comunidades foros y de más medios sobre la compañía sus usuarios, individuos, suministradores, contratistas y terceros con vinculación comercial y la información relacionada con cualquier clase de seguridad o estrategia de inversión realizada en estos medios, se puede tener en cuenta como propaganda por la normativa aplicable

Contravenciones

La compañía actúa por leyes, normas, métodos y estatutos cambiantes y complejos. Que se ignore la ley no es una defensa o no lo exime de compromiso frente a una infracción. Es de esta forma como los trabajadores están en la obligación de comprender las leyes, normas y demás que estén similares con el avance de las funcionalidades con el objetivo de que logren ejercer el cargo de forma correcta sin incumplir ninguna de las leyes, normas y métodos, además hay que garantizar que la gente que tiene a cargo que les reportan además estén conscientes de estas leyes, normas y estatutos.

Las leyes de propiedad intelectual protegen varios de los materiales que usted usa en el curso de sus funcionalidades. Algunos ejemplos son los programas informáticos, libros, audio o los DVD, revistas preparadas y los diarios, exhibición, materiales de capacitación, modelos

De administración y los marcos de resolución de inconvenientes, además tienen la posibilidad de constituir propiedad intelectual. Existe normatividad relacionada con los misterios industriales, derechos de creador, información acerca de tácticas de negocio, las cuales tienen que cumplir los empleados

Es de esta forma como la compañía reafirma el no comunicar cualquier clase de actuación que logre perjudicar institucionalmente o que contribuya con actuaciones calificadas por la ley como delictivo

Cultura, social y religión

La empresa respetara la diversidad de pensamientos, cultural, ideológica, política, de todos los que forman parte de la empresa, es decir, empleados, contratistas, proveedores, los directivos sindicales, sin que pueda establecerse ningún tipo de censura por el ejercicio de estos derechos constitucionales de rango fundamental.

Negociaciones

No se debe ofrecer ningún tipo de beneficio a ningún funcionario del gobierno, así sea directa o indirectamente a cambio de un favor o trato favorable. Para dar algún beneficio se debe tener aprobación de la parte legal de la empresa antes de entregar algo de valor para un funcionario del estado. También se debe asegurar con las personas que se licite y demás que si es de interés público todo esto se pueda observar de manera clara en la página de la empresa

Definición de recurso financiero y decisiones de inversión objeto del código de conducta empresa de energía del Tolima electro Tolima S.A.S.

Para el desarrollo de la gestión financiera de la empresa financiera atendiendo criterios de ética, transparencia, responsabilidad frente al riesgo y rigurosidad financiera, en línea con sus objetivos estratégicos dentro del marco legal y estatutario. Soportando las decisiones de inversión y obtención de recursos con el fin de maximizar el valor de la empresa y garantizar su sostenibilidad en el contexto del sano equilibrio entre lo social, lo

económico y lo ambiental

Cálculo de inversión

Presupuesto de inversión

Servicio	Actividad	Tiempo
Capacitación	Instrumento de gestión organizacional	Horas
	1.integracion del código de conducta -requisitos reglamentarios código de conducta -requerimiento normativos código ético, responsabilidad social y corporativa	16
	2. Estrategias en la implementación de documentación en el ers	10
	3.gestion de indicadores y caracterización de procesos	10
Asesoría	Sesiones virtuales y presenciales	Horas
	1.implementación de documentación	20
Auditoria	Auditoria con externo	
	1. Preparación y realización de auditoria en la implementación del código de conducta.	32
	2.seguimientio a planes de mejoramiento	24
Total de horas		112
Concepto	Valor por horas	Valor total
Capacitación y asesoría	\$90.699	\$10.158.288
Gastos logísticos		
Tiquetes y desplazamiento		\$ 0.00
Hospedaje y alimentación		\$ 0.00
Normatividad de alcance técnico (físico o magnético)		\$2.400.000
Papelería del material de capacitaciones		Incluido en el valor de horas
Valores totales de la propuesta		\$ 12.558.288

La tabla muestra detalladamente el cálculo de inversión, necesaria con el fin de realizar la proyección y proceso del código de conducta del electro Tolima S.A.S. Autoría propia.

Monitoreo y evaluación de resultados

La evaluación del código de conducta se realiza semestralmente, a través de los diversos cambios que evalúan el desempeño de las conductas agrupadas a los valores y política de la empresa de energía electro Tolima

De igual forma, se considera necesario para el desarrollo del código de la conducta, el uso de indicadores y su respectiva expresión para lograr analizar de manera cuantitativa y cualitativa los resultados que se esperan y por supuesto el diagnóstico de la empresa en cuestión; por tanto, planteamos la siguiente tabla:

Tabla de indicadores de valoración del código de conducta

Indicador	Forma de medir	Periodicidad
Nivel de la atención a los clientes desde los valores	Número de clientes satisfechos * 100 Número de clientes encuestados	Semestral
Nivel de aplicación de las políticas organizacionales	Número de desacatos al código de conducta - * 100 Número de personal de la empresa	Semestral
Nivel de conocimiento externo de cara a la gestión de ética	Número de pqr recibidas mensual * 100 Número de pqr respondidas	Bimensual

En la tabla se muestra los indicadores con el cual se pretende realizar la evaluación del código de conducta.