

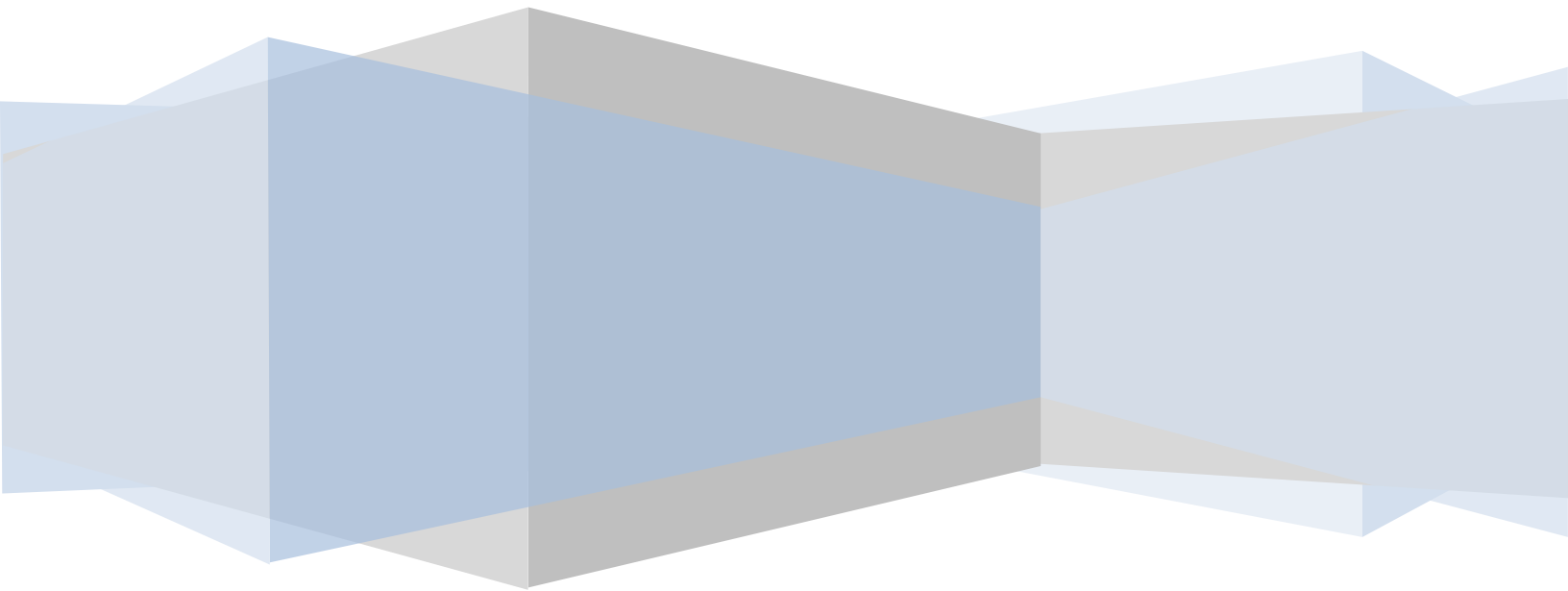
EMPRESA: ABW

AUTOMATIZACION Y

EQUIPOS

CODIGO DE ETICA

Carlos Andrés Monroy y Julio Mahecha



PROPUESTA

ELABORACION DE CODIGO DE ETICA PARA LA EMPRESA

ABW AUTOMATIZACION Y EQUIPOS

Por:

CARLOS ANDRES MONROY PEREZ CODIGO 79891998

JULIO MAECHA JARAMILLO CODIGO 79875948

Presentado a:

Ariel Reyes



UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD –

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

SEPTIEMBRE DEL 2009

BOGOTA D.C.

CARTA DE CALIFICACION

ALUMNOS:

CARLOS ANDRES MONROY PEREZ CODIGO 79891998

JULIO MAECHA JARAMILLO CODIGO 79875948

Nota:_____

Comentarios

TABLA DE CONTENIDO

1. JUSTIFICACION.

2. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS.

2.1. Objetivo general.

2.2. Objetivos específicos.

3. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

3.1. Marco teórico

3.2. Marco conceptual

4. PALABRAS DEL GERENTE.

5. MISIÓN.

6. VISION

7. NORMAS DE NEGOCIOS Y CONDUCTA DE ETICA DE ABW AUTOMATIZACION Y EQUIPOS.

7.1. Las Políticas de Cumplimiento.

7.2. Los Conflictos de Interés.

7.3. Regalos y Favores.

7.4. Contribuciones Políticas.

7.5. Oportunidades Corporativas.

7.6. Uso de los Bienes de la Compañía.

7.7. Protección y Propiedad de la Información Confidencial.

7.8. Información Propiedad de Terceros.

7.9. Negociación de Acciones de ABW.

7.10. Información Financiera y Revelaciones.

7.11. Negociando Con Clientes.

7.12. Negociando Con La Competencia.

7.13. Uso de la información y Comparación con Competidores.

7.14. La Comparación con Productos de la Competencia.

7.15. Obteniendo o Recibiendo Información sobre los Competidores.

7.16. Cumplimiento ambiental.

7.17. Política Contra el Acoso y la Discriminación.

8. INFORME DE SOSTENIBILIDAD

8.1. Diagrama 1: “Compromiso de Hacer” en ABW.

8.2. El liderazgo en ABW.

8.3. “El Compromiso de hacer” es.

8.4. Evolución de ABW Automatización y equipos

9. IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

10. CONCLUSIONES.

11. ANEXOS – GRÁFICOS DE SOPORTE (MICROSOFT PROYECT)

11.1. Gráfica de Gantt.

11.2. Actividades actuales del proyecto.

11.3. Flujo de Caja.

11.4. Presupuesto del proyecto.

11.5. Tareas y recursos humanos

11.6. Gráfico - Informe de costo presupuestado

11.7. Gráfico – Informe del Resumen de costos de los recursos

ELABORACION DEL CODIGO DE ETICA PARA LA EMPRESA ABW AUTOMATIZACION Y EQUIPOS

INTRODUCCION

Al interior de toda organización hay implícito un sistema de valores, pero en él no todos los valores son morales, ni todos son justificables, ni el hecho de incorporar una conciencia de en la toma de decisiones significa adoptar una perspectiva ética. Porque estos valores se pueden reducir a ser la expresión de los propios intereses o a la adopción de los valores que el entorno transmite o asigna a las organizaciones y a sus miembros.

Este trabajo nace de la necesidad de tener un código de ética, en el cual sean respetados y sean aplicados los estándares del negocio por parte de cada uno de los integrantes de la empresa; haciendo que los trabajadores sientan como propias las políticas y los valores estipulados. Queremos que con este código el trabajador y su núcleo familiar se sientan identificados con la compañía y así mismo con el cumplimiento de cada uno de los estándares del código, generando así al corto y largo plazo beneficios tanto para la compañía como para todos los colaboradores de la misma.

La empresa sobre la cual vamos a plantear el código de ética se llama “ABW AUTOMATIZACION Y EQUIPOS”; es una empresa especializada en las áreas de equipos para la aplicación de pintura electrostática en polvo y líquida, son representantes autorizados de la multinacional “Nordson” para venta y servicio técnico.

Cuentan con los siguientes productos y servicios:

- Equipos para aplicación manual y automática

- Sistemas electrostáticas, Airless y HVLP
- Cabinas para pintura
- Servicio técnico especializado
- Suministro de repuestos

Con el fin de cubrir todas las necesidades de sus clientes y brindarles un mejor servicio ofrecen: asesoría, capacitación, mantenimiento y automatización industrial para lo cual cuentan con personal calificado en estas áreas con experiencia demostrable. Al ser una empresa con muy poco tiempo en el mercado, aún no tiene estandarizado sus procesos afectando el buen desempeño de la organización.

Los objetivos que se van a plantear en el código de ética van a estar basados en las pautas descritas en los diferentes programas investigativos que hablen sobre una formación empresarial emprendedora.

1. JUSTIFICACION

La importancia de tener un código de ética en una organización, es que al ser documentos construidos mediante la participación y consenso en torno a los valores propios de cada cultura organizacional, permiten definir el papel de la organización, los aportes y compromisos que puede asumir y las políticas de acción que hacen viable una gestión socialmente responsable.

Es así, como mediante un proceso de construcción del código de ética, cada empresa hace formal el compromiso ético que asume dentro de la sociedad en la que se construye su negocio, define las pautas de comportamiento de sus miembros, reconoce

su papel como actor social y se compromete con la construcción de un país que promueva el desarrollo humano.

La elaboración del código de ética para “ABW AUTOMATIZACION Y EQUIPOS” , parte de la necesidad de generar estándares de buenas prácticas, ya que estos son la guía para relacionar las políticas de la compañía y los requisitos éticos que reglamentan la manera de cómo se hacen los negocios en el día a día. Los estándares explican muchas de las reglas básicas que rigen el negocio y la responsabilidad personal y social que tiene cada uno de los empleados.

El código de ética que vamos a plantear apoya la visión, la misión, los valores corporativos y los comportamientos de líder y explica como se correlacionan entre ellos permitiendo la transparencia y la integridad en los negocios; como administradores de empresas básicamente plantearemos un código de ética que este basado en valores y no en reglas como se suele hacerse en las demás compañías. Este código se fundamenta en la necesidad de contribuir a garantizar el cumplimiento de las leyes, las reglamentaciones y las políticas de la compañía, de forma tal que se transformen en parte de sus vidas y forma esencial como desarrollan su trabajo y en como este trabajo impacta el entorno y la sociedad.

La creación de este código constituye una guía de trabajo con integridad y en estricto cumplimiento de la ley. Los estándares que se plantean en este código se aplican a todos los funcionarios; también deberán respetar los estándares del código de ética los proveedores y demás consultores que trabajen para la empresa o en la representación de la compañía.

2. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS

2.1. OBJETIVO GENERAL:

Diseñar un código de ética, donde se involucren todas las áreas de las empresas, como también los proveedores para una cobertura total de los estándares de calidad, y hacerlo público para los clientes que son nuestro pilar para lograr nuestra visión.

2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Definir los métodos para poder aplicar las políticas de cambio y estándares de calidad.
- Permitir que cada uno de los colaboradores tenga un conocimiento completo de todos los estándares establecidos en el código de ética, y sean parte de la construcción de las políticas.
- Profundizar en los estándares del departamento de ventas, ya que estos son importantes para el sistema de sostenibilidad de la empresa.
- Cambiar el punto de vista de los clientes, hacia la empresa, de una forma clara de negociar.
- Proveer a los trabajadores de una cultura organizacional propia.
- Identificar los departamentos más críticos y establecer las tareas, para aplicar las políticas más apropiadas que ayuden al beneficio común de la empresa y los trabajadores.

3. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

3.1. MARCO TEORICO

Los códigos de ética empresariales son documentos que contienen los criterios que orientan la gestión y la toma de decisiones de cada uno de los miembros de la empresa, al relacionarse con otras personas e instituciones en su labor diaria. Son un instrumento de gestión, un marco de referencia para la interacción armónica con los diferentes actores con los que interactúa.

Los códigos de ética empresariales se han desarrollado en los últimos años con el fin de explicitar los criterios éticos o valores que han de orientar las acciones de la organización. Estos códigos han sido precedidos por los códigos profesionales que algunas disciplinas más que otras han desarrollado y que han resaltado la necesidad de una ética que contemple las diferentes relaciones que tiene cualquier actor social, sea un individuo o una empresa, y la responsabilidad de sus decisiones.

El principal aporte de los códigos profesionales a los códigos de ética ha sido el de definir el marco de acción y de responsabilidad, regular las relaciones que se establecen en dichos marcos, y establecer los deberes y obligaciones hacia cada uno de los grupos con que se interactúa.

Es así como hoy en día muchos de estos códigos éticos, sean profesionales o empresariales, incluyen una serie de elementos básicos y fundamentales como son: los valores de la cultura organizacional; los mecanismos de autorregulación, control y sanción; la distinción entre las conductas mínimas que han de seguir y las aspiraciones que pueden compartir los miembros de la empresa; las pautas para reconocer y abordar los dilemas éticos que se pueden presentar; los compromisos frente a la sociedad y los

diferentes grupos con que se relaciona; la identificación de las expectativas de los actores sociales internos y externos a la empresa, entre otras más cosas.

No es que estas sean las únicas funciones o las que verdaderamente valen para los directivos, los empleados, la sociedad, sino que son aquellas en las que coinciden la mayoría profesionales que han trabajado en el tema, y que realmente han sido puestas en marcha en muchas organizaciones

Aún así, lo importante es comprender que un código de ética no es una fórmula establecida para que los miembros de la empresa se involucren con ella o para que lleven a cabo actos moralmente aceptables. Es necesario comprender un código de ética como una opción que orienta las acciones de responsabilidad social de la empresa.

3.2. MARCO CONCEPTUAL

Como la función del marco conceptual es definir el significado de los términos que van a emplearse con mayor frecuencia en el desarrollo de este proyecto y sobre los cuales convergen las fases del conocimiento científico (observación, descripción, explicación y predicción).

Fundamentaremos el marco conceptual con la definición de un código de ética y su funcional; donde de acuerdo a la funcionalidad que se espera de los códigos de ética se han hecho varias reflexiones, que han llegado a determinar unas funciones específicas que al menos todo código debe considerar.

Para este proyecto aplicaremos el modelo más reconocido actualmente por las empresas, el cual establece principios o valores, objetivos y políticas que contemplen las relaciones que tienen la empresa con cada uno de los grupos de interés; donde la empresa ha de reafirmar sus valores, establecer pautas de acción hacia los grupos de

interés internos y externos, y regular detalladamente determinados ámbitos de actuación.

En términos generales, los códigos deben expresar los compromisos que la empresa asume con cada grupo con que se relaciona, los principios éticos que guían su gestión y la manera como vuelve a plantear sus objetivos en perspectiva ética. Como complemento a estas consideraciones que se incluyen en los códigos, la gestión que hagan los directivos de esta herramienta debe comprender un manejo de las relaciones entre los grupos de interés que le permita resolver los conflictos que se generen.

Las funciones básicas que deben cumplir los códigos de ética a nivel interno de la empresa son:

- Institucionalizar los valores, pautas y criterios de decisión que definen el proyecto de empresa y que deben regular toda actividad empresarial.
- Crear una cultura empresarial y un clima ético que permita que los miembros de la organización se identifiquen con el proyecto que define a la empresa (visión compartida).
- Servir de punto de referencia o criterio de orientación, para la toma de decisiones en todos los niveles empresariales que elimine las incertidumbres y ambigüedades.
- Definir la responsabilidad, los derechos, las obligaciones y los compromisos de la empresa y de sus miembros hacia todos los grupos de interés.
- A nivel externo:
- Comunicar el carácter propio de la empresa, dar a conocer lo que es la empresa y cuáles son sus objetivos.
- Explicitar cuáles son las líneas de actuación con las que se compromete la empresa ante sus grupos de interés.

Desarrollar una cultura organizacional que le permita aproximarse a la sociedad, comprender sus necesidades y expectativas frente a la empresa y tener la capacidad de responder a ellas.

Las funciones internas están dirigidas hacia la creación de una cultura empresarial, con la que se identifiquen todos los miembros de la organización, entendiendo por cultura empresarial, el conjunto de pautas, de valores y formas de pensar que caracterizan el comportamiento de las personas. Estas normas y valores, deben reflejarse en las decisiones y en la conducta de todos sus miembros.

La creación de un Código de Ética y su utilización como un instrumento de gestión no implica reducir la autonomía y responsabilidad de sus miembros, por el contrario, implica aumentar la capacidad de los directivos y empleados de decidir por sí mismos y auto regularse.

Las funciones externas transmiten la cultura empresarial al exterior, es decir, generan la imagen social de la empresa y posibilitan la construcción de confianza. En este aspecto debe quedar claro qué pretende la empresa, hacia qué objetivos sociales se dirige, así como qué necesidades puede y se compromete a ayudar a satisfacer.

Aún cuando estas son las funciones básicas de los códigos, éstos suelen comprender otros muchos aspectos que la particularidad de cada empresa requiera. Un código no es algo estático, debe gestionarse constantemente y debe modificarse según el desarrollo de la empresa. Asimismo, el código debe dinamizarse y profundizarse en su aplicación a las actividades de las empresas, por lo cual deben establecerse las acciones concretas que se han de llevar desde cada una de las unidades de trabajo de la empresa con el fin de concretar las políticas generales a la cotidianidad de los miembros de la organización.

Aún así, la funcionalidad y la viabilidad de cada código dependen de la empresa y del compromiso que ésta y sus miembros asuman por llevar a cabo lo que allí está consignado de manera responsable.

4. PALABRAS DEL GERENTE.

Esta empresa nace de la idea de mi hijo y mía, con quien iniciamos la fabricación, artesanal de equipos de pintura, vinculamos algunas personas de la familia, quien actualmente se encuentra trabajando. ABW es una empresa familiar en cual hemos puesto nuestro empeño y dedicación a la comercialización de equipos de pintura.

Buscamos que la empresa tenga una posición en el mercado, y la vinculación de nuevas marcas para la distribución de equipos, pues pensamos que nuestro portafolio de productos es la carta de presentación hacia nuestros clientes.

Tenemos claro que la competencia es muy dura, por eso queremos innovar en productos, como en servicio al cliente, y este código de ética es un comienzo hacia el cambio, este documento es el resultado de muchas reuniones con las personas que lo redactaron y expresaron nuestro modo de tratar al cliente, competencia, y proveedores.

Eutimio Benítez.

Gerente General

ABW AUTOMATIZACION Y EQUIPOS.

5. MISIÓN

Ser la primera opción para nuestros clientes en la aplicación de productos de alta calidad y eficiencia que mejoren el desarrollo de las actividades productivas de nuestros clientes y así alcanzar un bienestar mutuo.

6. VISIÓN

En el 2012 ser una empresa comercializadora de productos integrales que establezca en el mercado parámetros de respaldo y confianza proyectada al área productiva industrial.

7. NORMAS DE NEGOCIOS Y CONDUCTA DE ETICA DE ABW AUTOMATIZACION Y EQUIPOS

- Estas Normas de Negocios y Conducta Ética ("las Normas") serán entendidas como una guía para, funcionarios y para promover:
- Una conducta Honrada y Ética, incluyendo el manejo ético de conflictos de interés real o aparente, entre las relaciones personales y profesionales.
- La divulgación completa, justa, exacta, oportuna y entendible de los informes y documentos que ABW presenta.

- El cumplimiento de las leyes, reglas y regulaciones gubernamentales aplicables.
- El puntual reporte interno de violaciones del Código a la persona apropiada.
- Responsabilidad en la adhesión a este Código.

Se pide que los funcionarios informen las conductas que violen este Código. Asimismo, la adhesión a estas Normas no es optativa. La violación de cualquiera de las Normas se hará corresponder con acciones disciplinarias apropiadas, hasta e incluyendo la terminación de contrato de trabajo. Se prohíben estrictamente las retaliaciones en contra de cualquier director, funcionario o empleado que presente un informe que involucre lo que él/ella razonablemente crea ser una conducta violatoria del Código.

7.1. Las Políticas de Cumplimiento

Estos las Políticas de Cumplimiento les proporcionan la guía práctica a directores, funcionarios y empleados para la conducción de los negocios en nombre de ABW, de acuerdo con las Normas de Negocios y Conducta Ética

7.2. Los Conflictos de Interés

Un "Conflicto de interés" se configura cuando el interés privado de un director, funcionario o empleado interfiere de forma alguna - o incluso parezca interferir - con los intereses de la Compañía en su conjunto. Una situación de conflicto puede surgir cuando un funcionario toma acciones o tiene intereses que pueden dificultarle desempeñar sus obligaciones objetiva y eficazmente.

Los conflictos de intereses también pueden aparecer cuando un director, funcionario, empleado o miembro de su familia recibe beneficios personales inapropiados, como resultado de su posición en la Compañía.

7.3. Regalos y Favores

Se prohíbe a funcionarios y recibir o dar regalos, entretenimiento u otros artículos de tal valor o importancia que interfiera o tenga la apariencia de interferir con el ejercicio de un juicio independiente y objetivo en la toma de decisiones de negocio para la Compañía. Un regalo es algo de valor dado o recibido como resultado de una relación comercial y por el cual, el destinatario no paga un valor razonable de mercado.

También es importante anotar que muchos de nuestros clientes y proveedores tienen políticas que restringen, y posiblemente prohíben a sus empleados el recibir regalos y favores de cualquier índole. Por consiguiente, los empleados deben preguntar a cualquier cliente o a proveedor acerca de la existencia de alguna de tales políticas antes de ofrecer un regalo o una cortesía.

Un regalo nunca se permite si:

Intenta inapropiadamente influir al destinatario (o que parezca tener tal propósito).

Las costumbres generalmente aceptadas varían con respecto al intercambio de regalos comerciales, incluyendo el tipo y valor del regalo y la manera o protocolo del intercambio. Las nuevas políticas de ABW permiten el entregar (y recibir) regalos comerciales que traten de cortesías comerciales acostumbradas y sean razonable en valor y frecuencia. Éste es un estándar flexible y pensado para adaptarse al rango de prácticas comerciales aceptables a nivel. Sin embargo, los conceptos de costumbre, cortesía, valor y frecuencia razonables deben ser entendidos en el contexto de esta Política.

ABW considera el regalo a un(a) esposo(a) o miembro de la familia como un regalo comercial si está motivado por o ajustado a una relación comercial. Los tales regalos están sujetos a las políticas de ABW, de la misma manera que otros regalos comerciales. Esto aplica tanto para la concesión como para la recepción de regalos comerciales.

En términos generales se permite aceptar atenciones comerciales de costumbre, como las comidas de negocios, en tanto no exista el compromiso o la intención de conceder o aceptar la cortesía a cambio de oportunidad injustificada de negocios.¹

7.4. Contribuciones Políticas

Los dineros, activos y servicios de ABW no pueden ser usados, ni directa ni indirectamente, para influenciar ningún oficial o agencia de ningún ente gubernamental, elegidos o no, o para beneficiar o oponer a ningún gobierno, partido político o candidato. Sin embargo, cuando sea permitido por las leyes locales y tenga la aprobación previa del Gerente de la Compañía, tales recursos pueden ser usados para apoyar u oponerse a la legislación o situaciones que afecten los negocios de la compañía o el bienestar de sus directores o empleados.

Las prohibiciones aplicables al uso de recursos de la compañía para fines políticos, no pretenden restringir el uso voluntario de recursos personales de cualquier empleado o director. No se ejercerá ninguna influencia a nombre de ABW, para persuadir a ningún director o empleado de enrolarse en ninguna actividad política que sea contraria a su libre elección personal.

¹ Recursos inviolables para proveedor ITW pág. 26

7.5. Oportunidades Corporativas

Para cualquier miembro de la compañía, está prohibido: a) tomar para sí mismos, oportunidades de carrera de las que tengan conocimiento, en virtud de su posición en la compañía, b) usar los bienes de la compañía, su posición o la información a que tenga acceso, para su beneficio personal y c) competir con la compañía.²

7.6. Uso de los Bienes de la Compañía

Las instalaciones, equipos, materiales y otros activos de la compañía son para ser usados en la operación de los negocios de ABW. Ellos deben ser usados apropiadamente para mantener la compañía en términos de rentabilidad y competencia. Todos los empleados son responsables por el uso adecuado, conservación y protección de los activos de la compañía.

Los Sistemas de Comunicación Electrónica (SCE), incluyen mail, acceso y uso de Internet, redes locales, celulares, agendas electrónicas y demás equipos de computación que almacenen o generen información y otros recursos. Estos SCE son activos de la compañía y constituyen un componente crítico del ambiente de comunicaciones de ella. Su uso y acceso se impulsará en el curso del cumplimiento de las responsabilidades del quehacer diario, como un soporte de los negocios de la compañía.

Las comunicaciones enviadas o recibidas a través de los SCE son de la exclusiva propiedad de ABW y los empleados no deben tener expectativas de privacidad sobre ellas. El uso de los SCE por los empleados para enviar/recibir mensaje personales se

² Gestión de Calidad y aseguramiento a líderes SIEMENS pág. 12

permiten siempre y cuando no interfiera o entre en conflicto con su habilidad para desempeñar su trabajo. Se espera que los empleados apliquen el buen juicio en todo momento, cuando usen los SCE.

El uso de los SCE para soportar negocios personales o cadenas de correo está prohibido. Material o mensajes obscenos u ofensivos, bromas, fotos o adjuntos que violen las políticas de ABW contra el acoso en el trabajo o que creen intimidación o un ambiente de trabajo hostil, también están prohibidos. Si usted recibe material de tales condiciones, bórralo inmediatamente. El acceso a sitios inapropiados de Internet que desplieguen material pornográfico o provoquen violencia, está estrictamente prohibido.

ABW se reserva derecho de monitorear y/o revisar de tiempo en tiempo, sin necesidad de que medie aviso previo, el uso que los empleados hacen de los SCE. Como política de continuidad de las operaciones, será obligatorio que todos los empleados mantengan actualizadas, en un sobre cerrado que repose en la caja fuerte, sus claves de acceso a los diferentes SCE. Asimismo ABW puede anular cualquier clave de acceso del personal o solicitar a cualquier empleado a informar cualquier clave de acceso para facilitarle ABW el acceso a los sistemas de información. Con ello se pretende, pero no se limita a, detectar o prevenir el abuso de los SCE, asegurar el cumplimiento de las políticas de ABW y la investigación de conductas que puedan ser ilegales o que afecten negativamente a ABW, nosotros como empleados o nuestros clientes.

7.7. Protección y Propiedad de la Información Confidencial

La información es uno de los activos más valiosos de la compañía, especialmente la información confidencial. Debemos hacer todos los esfuerzos posibles para protegerla.

En esta era de rápido desarrollo electrónico, del Internet y de las tecnologías sin cables, la protección de la información es un desafío mayor ahora que antes. Este código provee guías y direccionamiento sobre cómo sobrellevar este reto.

Se requiere de nosotros, un adecuado respeto por la información confidencial de la compañía y donde sea requerido, también la de los relacionados comerciales (clientes, proveedores, agentes, distribuidores, etc.).³

Todos los papeles, libros o documentos, cualesquiera sea la manera que ellos sean preparados, usados, archivados o custodiados en ABW, que se relacionen de alguna manera con los negocios de ABW, lo cual incluye información que no sea conocida públicamente, constituyen información confidencial de ABW y debe ser protegida de acuerdo con este código. Esto aplica tanto a los documentos que se custodien en las oficinas de ABW o fuera de ella.

7.8. Información Propiedad de Terceros

Al igual que ABW, nuestros clientes, proveedores y otras compañías con las cuales hacemos negocios, tienen información confidencial que desean proteger. Estas otras compañías pueden en algún momento, dar a conocer tales informaciones, para fines particulares de los negocios. Si se recibe o tiene acceso a información confidencial de estas otras compañías, debe proceder con cautela en la custodia de tal información y prevenir su revelación y mal uso.

Adicionalmente, los nuevos empleados pueden poseer información confidencial de sus anteriores empleos. La revelación de tal información o su uso en la conducción de sus negocios a nombre de ABW, está estrictamente prohibido.

³ Código de Negocios NORDSON CORPORATION Amherst Ohio, párrafo 5

Cualquier acuerdo entre ABW y otra compañía o persona, que requiera la recepción y salvaguarda de información considerada confidencial por terceros, debe ser aprobado por la compañía y ejecutado por la persona autorizada.

A la información confidencial de terceras personas se les debe dar la protección necesaria para prevenir su revelación y uso no autorizados, en concordancia con las obligaciones específicas que ABW haya convenido al aceptar dicha información. En ausencia de tales obligaciones específicas, a la información confidencial de terceros se le dará la misma protección contra la revelación y uso no autorizados, que se la da a nuestra propia información confidencial.

7.9. Negociación de Acciones de ABW

Nuestras nuevas políticas prohíben, que sus funcionarios, directa o indirectamente a través de familiares o terceros, la compra o venta de acciones de la compañía cuando se esté en posesión de información sobre la compañía, que sea material y no sea pública. Esta política aplica independientemente de si la negociación se hace sin considerar tal información.

Información material no pública, es aquella que no ha sido emitida o dada a conocer al público y pueda ser considerada importante para un inversionista en la toma de una decisión de compra, venta o mantenimiento de acciones (por ejemplo: el desempeño financiero trimestral o posibles adquisiciones). Si un funcionario está considerando la compra o venta de acciones debido a información interna que ella posee, se tiene que asumir la información como material.

Algunos ejemplos de información interna son:

- Estimación de utilidades,
- Decisión de adquisición de una compañía,
- Litigios mayores,
- Ventas de activos,
- Cambios en las políticas de dividendos o la declaración de división de acciones o inversiones adicionales,
- Nuevos productos ,
- La ganancia o pérdida de un cliente o vendedor de importancia significativa.
- Base de datos de clientes.

Si se viola las prohibiciones de comerciar con información privilegiada, el coordinador y la gerencia, tiene la potestad de imponer multas y sanciones civiles y penales tanto para las personas como para las compañías que puedan verse involucradas en tal hecho.

Para soportar esta política, se establecen las siguientes guías de acción:

- Los funcionarios no harán ni recomendarán ninguna decisión de inversión con base en la información interna que ellos puedan poseer,
- Los funcionarios no deben revelar a ninguna información interna a miembros de su familia o amigos,
- Los funcionarios no podrán comerciar con valores de ABW a depósito, ventas a futuros o con opciones de compra.
- ABW ha adoptado una estricta política de “sin comentarios” a los rumores y especulaciones relacionados con sus acciones o con desarrollos significativos de sus negocios.

- Si alguien tiene dudas o inquietudes en relación con la aplicación de esta política en algún aspecto en particular, se debe preguntar a sí mismo(a):

La información que he adquirido sobre la compañía me hace desear comprar o vender información de ABW?

7.10. Información Financiera y Revelaciones

Nosotros como empleados podemos ser requeridos para proveer información de manera tal que se asegure que los reportes públicos de la compañía sean completos, confiables y entendibles. La compañía espera que cada uno de nosotros tome esta responsabilidad muy seriamente y provea respuestas oportunas y confiables a las consultas relacionadas con los requerimientos de revelación pública de la compañía.

Al personal de finanzas y contabilidad le recae una responsabilidad especial por la promoción de una integridad financiera de revelación y reporte dentro de la organización. Ellos tienen la obligación de adherencia al principio de revelación y reporte completo, oportuno, confiable y entendible y también de asegurarse que en la compañía exista una cultura de cumplimiento con estos estándares relacionados con el reporte y revelación de información financiera.⁴

Como consecuencia de tales funciones, este personal, además de la adherencia a los estándares y políticas de cumplimiento de este código, está comprometido a seguir estos estándares de Integridad Financiera y de Reporte:

Proveer información que sea adecuada, completa, objetiva, relevante, oportuna y entendible para asegurar una revelación completa, justa, adecuada, oportuna y entendible en reportes y documentos que ABW presente a agencias gubernamentales y en otras comunicaciones públicas.

⁴ Aseguramiento a Proveedores para el área andina SAMES COMPANY, pág. 4

Reportar oportunamente al gerente sobre cualquier conducta que razonablemente considere ser una violación de las Políticas Contables de la compañía, del Control Interno Contable o de la Prácticas de Auditoría.

La violación de estos estándares de integridad financiera y de reporte será manejada con prontitud y puede incluir medidas disciplinarias hasta e incluyendo la terminación del contrato.

De cada, funcionario se espera que cumpla con las leyes, reglas y regulaciones aplicables a nuestros negocios.

7.11. Negociando Con Clientes

Como una norma general, ABW es libre de escoger los clientes y proveedores que usará en la conducción de sus negocios. Sin embargo, la compañía en general no tiene permitido conducir sus negocios de modo que hiera la competencia.

7.12. Negociando Con La Competencia.

Se prohíbe entrar en discusiones, comunicaciones o acuerdos con la competencia con respecto a los precios, políticas de precios, cotizaciones o propuestas, descuentos, promociones, condiciones o términos de venta, derechos de autor, escogencia de clientes o mercados territoriales. Bajo las leyes antimonopolio, el concepto de un "acuerdo" es muy amplio y un acuerdo no tiene que ser por escrito. Un acuerdo con un competidor puede ser formal o informal, oral o escrito, explícito o implícito.

Las violaciones antimonopolio son a menudo probadas con evidencia circunstancial y pueden inferirse los acuerdos de las comunicaciones telefónicas mal interpretadas,

frases pobremente formuladas en las comunicaciones, correos electrónicos u otra correspondencia escrita o comentarios casuales.

Ejemplos específicos de actividades que siempre están prohibidas ("Per se") en asuntos de relaciones comerciales con los competidores, incluye lo siguiente:

Fijación de precios: Es de por sí una violación el que ABW y un competidor acuerden incrementar, disminuir, fijar o estabilizar precios o que acuerden ofrecer vender sus productos respectivos bajo los mismos términos y condiciones de venta. Los acuerdos de fijación de precios se pueden inferir de un intercambio de información entre los competidores, tales como una lista de precios o términos y condiciones de ventas.

Las siguientes pautas le ayudarán cumplir con esta Política cuando asista o participe en actividades de asociaciones comerciales de profesionales.

No participaremos en ninguna asociación comercial o reunión profesional que no se encuentre programada en la agenda y NO participar en ninguna discusión de negocios, aunque sea informal, que no esté en la agenda.

Documentar la fuente de cualquier información sensible que usted pueda obtener sobre un competidor para evitar cualquier sugerencia posterior de que la información fue obtenida de manera inadecuada. La Justa Competencia y Pautas sobre las Políticas de Comercio.

Las siguientes pautas generales contienen consejos prácticos y le ayudarán a cumplir con la Justa Competencia y las Políticas del Comercio:

- Evitar incluso la apariencia de un acuerdo ilegal con un competidor.
- Basar todas las decisiones de precios en los costos de ABW, las condiciones generales del mercado generales y precios competitivos.
- NO participar en ninguna discusión con un competidor o facilitar las discusiones entre los competidores sobre los siguientes asuntos (a menos que las

negociaciones sean necesarias para consumir una relación legítima proveedor-cliente).

- Precios, descuentos u otros términos o condiciones de venta (incluso el crédito).
- Lo que constituye un nivel de precio equitativo.
- Costos, márgenes o ganancias.
- Territorios de ventas o clientes.
- Prácticas comerciales.
- Cualquier otro asunto sobre el cual, un acuerdo sería inapropiado bajo esta Política.
- NO permanecer a ninguna reunión con competidores (incluyendo las reuniones sociales informales) en que tengan lugar discusiones prohibidas. Rápidamente informar acerca de las discusiones al Departamento Legal. Permanecer callado no es suficiente para proteger sus intereses o los de ABW.
- NO proporcionar información comercial a un competidor (sujeto a la misma excepción declarada arriba). Usted puede proporcionar a clientes información de precios, aunque los competidores también pueden obtenerla, pero limite las comunicaciones con clientes que contengan información de precios a aquello que sea necesario, evite cualquier apariencia de que esta información esté usándose inapropiadamente. Sea consciente de que la mayoría de las comunicaciones orales y escritas (incluso las por email) pueden usarse en investigaciones gubernamentales y pleitos privados. Use el sentido común en todas y cada comunicación oral y escrita para evitar la creación de falsas impresiones que podrían terminar en obligaciones de tipo legal. Con ocasión de comunicaciones escritas cautelosas.

Finalmente, cualquier solicitud por documentos o información, recibida de cualquier representante de una agencia gubernamental que investigue un asunto de competencia leal, debe enviarse inmediatamente al Departamento Legal que aconsejará acerca de la respuesta apropiada.

7.13. Uso de la información y Comparación con Competidores.

Las leyes Colombianas, prohíben los métodos injustos de competencia y actos o prácticas engañosas o prácticas, tales como el acoso a la competencia, falsedad y fraude, la adquisición de los secretos comerciales de los competidores por medios injustos, sobornos y comisiones, actos engañosos hacia un competidor, la publicidad falsa o engañosa y desacreditar a un competidor o sus productos

7.14. La Comparación con Productos de la Competencia

La promoción de las ventajas de los equipos que ABW distribuye, es crítica para nuestros esfuerzos de ventas. Sin embargo, hacer declaraciones falsas o engañosas a un cliente acerca de los equipos de la competencia, no es consistente con esta Política y está prohibido. Las ventajas de los equipos que ABW distribuye sobre los de la competencia se deben presentar de una manera directa y verdadera, sin exageraciones.

Cuando se tengan dudas, es mejor enfatizar las ventajas de los equipos y el Paquete de Valores del mismo, que mostrar el equipo de la competencia de una manera negativa.

7.15. Obteniendo o Recibiendo Información Sobre los Competidores

En el curso normal de los negocios, no es raro adquirir la información sobre muchas otras organizaciones, incluso de competidores. Hacerlo así en una actividad regular de negocios, no es falta de ética en sí mismo. De hecho, es importante para la estrategia de negocios de ABW estar bien informados de las actividades comerciales de nuestros competidores. Recolectar información sobre los competidores de fuentes legítimas es necesario y apropiado en un sistema competitivo. La información proporcionada por clientes u otras terceras personas no competidoras es aceptable si se hace a través de los medios legales y éticos.

Sin embargo, hay límites a las maneras en que la información sobre los competidores puede ser adquirida y debe usarse. No está permitido emplear mecanismos inapropiados para adquirir secretos comerciales de un competidor u otra información confidencial.

Los siguientes son ejemplos de actividades prohibidas:

- Contratar a un empleado de la competencia solamente para obtener información confidencial y datos o secretos comerciales que pertenecen al competidor.
- Pagar o sobornar a un representante de un competidor por información, con dinero o en forma de regalos, viajes, invitaciones u otras actividades de valor considerable.

7.16. Cumplimiento ambiental

ABW distribuye equipos elaborados con productos seguros, manteniendo un ambiente de trabajo seguro para sus empleados y protegiendo el ambiente.

Estamos en la necesidad de crear el Sistema de Manejo de la Seguridad, el cual dará una guía en la promoción de lugares de trabajo y productos seguros con cumplimiento medioambiental las instalaciones de ABW.

7.17. Política Contra el Acoso y la Discriminación

Es la política de ABW poder disponer de igualdad de oportunidad para el empleo a los individuos calificados sin tener en cuenta su raza, la religión, color, origen nacional, edad, género, impedimento o factores no relacionados legítimamente con las operaciones del negocio. Es más, la Compañía no diferenciará en sus relaciones con otras entidades mercantiles debido a la raza, religión, color, origen nacional, edad o género de sus empleados, gerentes o dueños.

También es política de la Compañía que a todos los empleados debe ofrecerse un lugar de trabajo libre de acoso o discriminación de cualquier índole.

8. INFORME DE SOSTENIBILIDAD

Desde que la compañía se creó, la Dirección ha estado plenamente comprometida con sus clientes, empleados y entorno social, realizando toda una serie de cambios (de estructuras, de estrategias, de personas, de procesos) para adaptarse lo más rápidamente a los cambios en el mercado, y todo ello de forma sostenible.

Se analizó con profundidad la situación de los mercados y clientes, así como la de los empleados, resultando la Dirección de ABW formada por el consejero, que formaliza

un “compromiso de hacer”, dando el banderazo de salida a la verdadera transformación de la compañía.

En este documento se estableció el Compromiso (la Misión), la Visión, los Valores compartidos y las Estrategias básicas de ABW como base del desarrollo futuro, con objetivos claramente definidos.

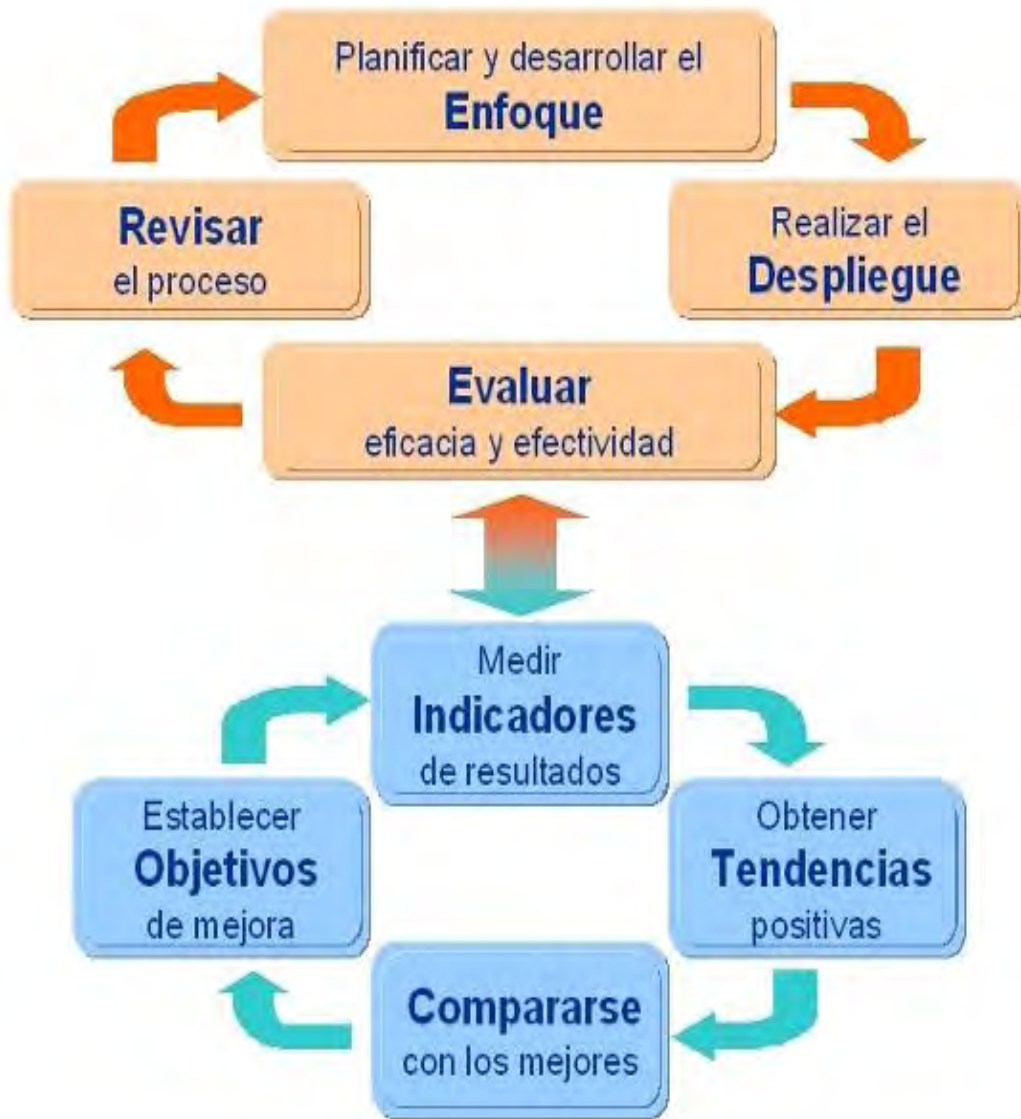
Este "**Compromiso de hacer**" se mantiene con base en el desarrollo de la estrategia tanto de la compañía en su conjunto, como de cada uno de los segmentos de mercado en los que participamos.

Revisamos nuestros "Principios básicos" y los reorientamos en función de los objetivos de la compañía y de las expectativas del mercado y el entorno benéfico. Esta revisión se llevó a cabo con la participación de los empleados, lo que dio lugar a los 8 Principios Básicos en la Compañía son:

- La Satisfacción de los Clientes
- La Innovación
- El Negocio y los Procesos
- La Responsabilidad Social
- Las Personas

Los empleados de ABW están comprometidos no sólo en la promoción de proyectos y actividades de mejora a todos los niveles, derivadas de las prioridades de la compañía, sino que también participan activamente en ellas utilizando en cada caso el proceso de mejora continua junto con las metodologías de mejora necesarias.

8.1 Diagrama 1: “Compromiso de Hacer” en ABW



8.2. El Liderazgo en ABW

Crear estrategias y hacer realidad el cambio son las primeras obligaciones de un líder proactivo, aquella persona que es capaz de asumir riesgos y llevar a cabo lo que otros no están dispuestos a realizar.

Este concepto de "líder" se aplica no sólo al Gerente, sino que compromete a todos los empleados, y cada uno de ellos debe cumplir con tres características básicas:

- Han de tener ideas muy claras y coherentes, lo que les permite poder explicarlas de una manera sencilla a sus colaboradores.
- Ser capaces de motivar esas ideas y de promover la automatización, a través de su entusiasmo, de su convencimiento, de su capacidad de comunicación.
- Deben ser trabajadores que den ejemplo.

Todo esto aporta al líder coherencia y credibilidad.

8.3. “El compromiso de hacer” es:

- Identificar la situación actual y las tendencias tanto de los diferentes segmentos de mercado como de los grupos de interés (clientes, empleados y entorno social).
- Desarrollar, revisar y mejorar la estrategia de la compañía, con una clara Orientación al mercado y a los grupos de interés.
- Adecuar la organización, tanto a nivel de estructura como de líderes y colaboradores, para hacer realidad la estrategia de la compañía.

- Gestionar la organización sobre la base de sus procesos clave, tanto de negocio como de soporte y estratégicos.
- Desarrollar alianzas con partners (clientes, proveedores y otros socios) para maximizar nuestro valor añadido de cara a los grupos de interés.
- Medir, revisar y mejorar los resultados clave de la compañía.
- Mejorar el propio Sistema de Gestión Integrado.

Nuestro compromiso: Innovar por una Compañía Integral

Para quienes trabajamos en ABW, progresar significa cumplir con los compromisos que tenemos con todos los grupos de interés que confluyen en nuestra actividad empresarial. Por esto desarrollamos y hemos puesto en marcha nuestra meta, "Innovar por una compañía Integral" en la que se refleja tanto nuestro compromiso particular, como nuestros compromisos con todos los grupos de interés, y en la que además se integran todas las políticas existentes en la compañía (calidad, medio ambiente, prevención de riesgos laborales, compras,...)

En línea con nuestros principios básicos y valores compartidos, desde 2009 publicamos el "Código de Negocios y Ética de ABW", con el que se busca hacer partícipes de nuestra responsabilidad con la compañía a todos los grupos de interés y ofrecerles además un mejoramiento continuo.

8.4. Evolución de ABW AUTOMATIZACION Y EQUIPOS.

Desde el año 2002 esta empresa fue constituida con el objetivo, de abarcar suministros de implementación para el área productiva en la parte de aplicación de recubrimientos en pintura líquida y polvo.

De otra parte se centralizó en el mantenimiento preventivo y correctivo de sistemas de ingeniería, tales como cabinas de recuperación y sistemas de automatización para empresas de producción en línea.

Esta última idea dio como fin, abarcar más productos integrales para aplicación y derivó su paquete de productos, a la fabricación de sistemas estacionarios de cabinas en polvo, hornos de curado para estructuras en acabados termoendurecibles y equipos manuales de aplicación en polvo.

Suministrando un paquete innovador, ya que el paquete de productos no solo era de venta de suministros para la industria, sino estructurado en sistemas integrales para la aplicación de recubrimientos, Montaje, diseño, adaptación y puesta en marcha de plantas de aplicación de recubrimientos.

Dentro de sus diferentes clientes se diferenció por implementar un taller de mantenimiento de equipos de aplicación, lo cual segmentó una nueva imagen de negocio, esto hizo estructurar la empresa en su línea de negocio.

Para el 2006 se desarrolló el primer equipo de aplicación manual en polvo marca registrada, ABW Automatización y Equipos, el cual era una carta de presentación para los clientes que ya tenían alguna reseña de nuestro desempeño como compañía.

El constante cambio debilitó ciertos frentes de negocio por su inversión tan alta para sistemas integrales, dejando de antemano un punto de partida contradictorio.

A mediados del 2007 se habían vendido más de 8 equipos de aplicación en polvo manuales marca ABW, que llevó por cuestionar a la competencia y entablar

negociaciones con una multinacional la cual nos abrió las puertas como distribuidores autorizados de la marca Nordson para la región Andina. Estos sistemas nos daban un margen de explotación mayor en la industria Bogotana ya que nuestra carta de presentación tenía más respaldo y abrirá nuevos retos.

En la actualidad la marca está establecida con más de 270 clientes con equipos de aplicación Nordson, y 5 sistemas de ingeniería, denotando un avance significativo en nuestra labor como asesores de esta marca y llevando de la mano a Nordson como un aliado incondicional.

9. IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Para ABW es muy importante la implementación del código, ya que este es una forma de equilibrar las antiguas formas de negociación, y desarrollo de las actividades, con los nuevos valores encontramos una responsabilidad social de la empresa, enfocada a las personas de nuestro entorno.

La administración de este Código se ha delegado a Julio Mahecha Jaramillo Asesor Administrativo de ABW y Asesor externo a Carlos Andrés Monroy en el papel de Coordinador de Ética y Cumplimiento.

El Coordinador de Ética y Cumplimiento será responsable del desarrollo continuado, funcionamiento y entrada en vigor del Código. Específicamente, El Coordinador de Ética y Cumplimiento deben:

Ser responsable por la vigilancia del cumplimiento y asegurarse de que El Código está siendo distribuido, administrado y entrado en vigor hacia el alcance de los objetivos de la Compañía.

Monitorear los desarrollos relacionados con el cumplimiento de las leyes, regulaciones y normas de conducta aplicables, y el seguimiento a las discusiones con el Comité de

Auditoría de la Junta de Directores, publicar las revisiones al Código que hayan surgido de tales desarrollos.

Reportar a y reunirse con la Administración Superior, cuando sea necesario y apropiado, con respecto a cualquier deficiencia identificada o las mejoras necesarias para este Código.

Asegurarse que todos los reportes de sospechas de mala conducta o de falta de corrección en relación con las operaciones de ABW sean rápida amplia y adecuadamente investigados, y que, dónde sea apropiado, sean impuestas las sanciones disciplinarias.

Específicamente, con respecto a los reportes de violación de las políticas contables de la Compañía, los controles contables internos o las prácticas de Auditoría que se depositen ante el Coordinador de Ética y Cumplimiento, éste los enviará directamente al gerente.

El Coordinador de Ética y Cumplimiento establecerá y vigilará un sistema de reporte, en el cual:

Cualquier empleado pueda reportar al Coordinador de Ética y Cumplimiento (o su designado) cualquier conducta sospechosa o inapropiada que se relacione con las prácticas u operaciones de ABW, que comprometa o no a una Oficial, funcionario o empleado de ABW, o una tercera parte, incluyendo pero no limitado a, informes a través de la línea de Ayuda Legal y Ética.

Ningún empleado sufrirá penalización o retaliación en razón de informar cualquier conducta sospechosa o inapropiada, razonablemente consideradas.

Todo reporte de mala o inapropiada conductas será suministrado anónimamente.

Por lo menos una vez al año, el Coordinador de Ética y Cumplimiento reportará ante El Gerente y junta de socios, sobre la eficiencia del sistema de reportes para permitir al Comité de Auditoría supervisar y evaluar la efectividad del Código de Conducta y Ética

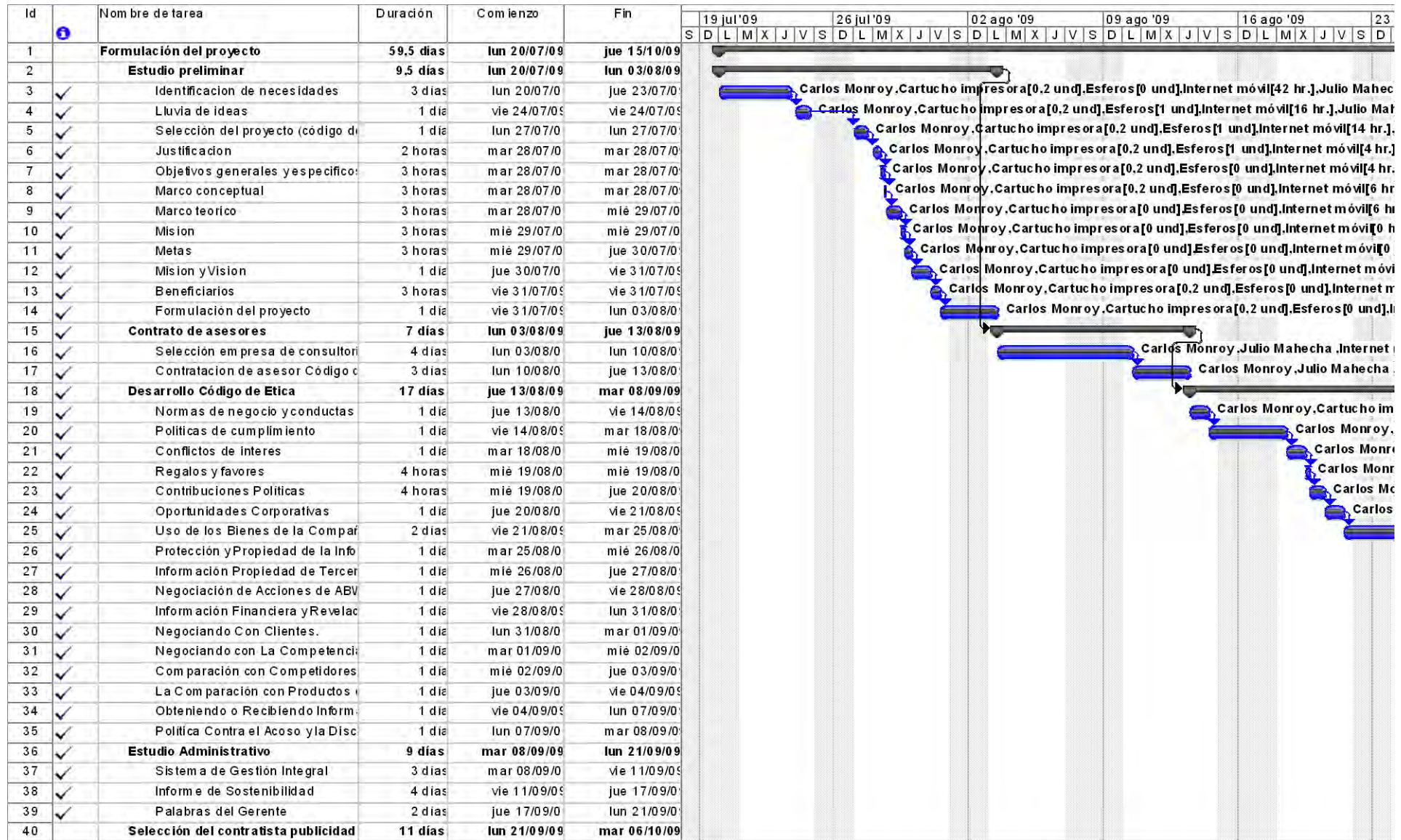
de Negocios, adoptar las revisiones al Código con base en la evaluación anual y las recomendaciones a la Junta de Directores para su aprobación.

10. CONCLUSIONES.

- Tenemos claro que toda empresa debe tener un código de ética por más pequeña que sea, ya que este brinda parámetros de manejo, para los estándares del negocio, y se aplica es a cualquier tipo de empresa en la rama que se dedique.
- Los códigos de ética no tienen que plantearse y dejarse en el olvido, todo lo contrario debe tener programas de implementación, y una campaña donde tanto empleados, proveedores y clientes conozcas y participen de la propuesta.
- Concluimos que la empresa **ABW AUTOMATIZACION Y EQUIPOS**, que busca una gerencia social compartida y transparente con sus clientes, como empleados.
- Todo empleado de **ABW AUTOMATIZACION Y EQUIPOS** debe tener un conocimiento total del código, ya que este documento busca ser una guía de comportamiento y conducta.

11. ANEXOS – GRAFICAS DE SOPORTE (MICROSOFT PORYECT)

11.1 GRAFICA DE GANTT



Id	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	10 sep '09							13 sep '09							20 sep '09							27 sep '09							04 oct '09							11 oct '09						
					M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X					
36	✓ Estudio Administrativo	9 días	mar 08/09/09	lun 21/09/09																																										
37	✓ Sistema de Gestión Integral	3 días	mar 08/09/0	vie 11/09/09	Carlos Monroy, Cartucho impresora[0 und], Esferos[0 und], Internet móvil[16 hr.], Julio Mahecha ,Pape																																									
38	✓ Informe de Sostenibilidad	4 días	vie 11/09/09	jue 17/09/0	Carlos Monroy, Cartucho impresora[0 und], Esferos[0 und], Internet móvil[12 hr.], Ju																																									
39	✓ Palabras del Gerente	2 días	jue 17/09/0	lun 21/09/0	Carlos Monroy, Cartucho impresora[0.2 und], Esferos[0 und], Internet m																																									
40	Selección del contratista publicidad	11 días	lun 21/09/09	mar 06/10/09																																										
41	Disño de manuales	1 día	lun 21/09/0	mar 22/09/0	Carlos Monroy, Cartucho impresora[0.4 und], Esferos[0 und], Interne																																									
42	Impresión de los manuales	1 día	mar 22/09/0	mié 23/09/0	Carlos Monroy, Cartucho impresora[2 und], Esferos[0 und], Intern																																									
43	Campana de expectativa	3 días	mié 23/09/0	lun 28/09/0	Carlos Monroy, Cartucho impresora[0.3 und], Esfe																																									
44	Elaboración de pendones	2 días	lun 28/09/0	mié 30/09/0	Carlos Monroy, Cartucho impresora[0.4 und]																																									
45	Modificación página web	4 días	mié 30/09/0	mar 06/10/0	Carlos Monroy, Cartucho																																									
46	Implementación Código de ética en I	6 días	mar 06/10/09	jue 15/10/09																																										
47	Implementación en la empresa	6 días	mar 06/10/0	jue 15/10/0																																										

11.2 ACTIVIDADES ACTUALES DEL PROYECTO

Tareas sin comenzar el dom 20/09/09
Proyect Costeo ABVV

Id	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Predecesoras	Identificador				
						Nombre del recurso	Unidades	Trabajo	Retraso	Comienzo
42	Impresión de los manuales	1 día	mar 22/09/09	mié 23/09/09	41					
	1	Julio Mahecha	100%	8 horas	0 días	mar 22/09/09	mié 23/09/09			
	2	Carlos Monroy	100%	8 horas	0 días	mar 22/09/09	mié 23/09/09			
	3	Cartucho impresora	2 und	2 und	0 días	mar 22/09/09	mié 23/09/09			
	4	Papel	10 resma	10 resma	0 días	mar 22/09/09	mié 23/09/09			
	5	Esferos	0 und	0 und	0 días	mar 22/09/09	mar 22/09/09			
	6	Internet móvil	0 hr.	0 hr.	0 días	mar 22/09/09	mar 22/09/09			
43	Campana de expectativa	3 días	mié 23/09/09	lun 28/09/09	42					
	1	Julio Mahecha	100%	24 horas	0 días	mié 23/09/09	lun 28/09/09			
	2	Carlos Monroy	100%	24 horas	0 días	mié 23/09/09	lun 28/09/09			
	3	Cartucho impresora	0.3 und	0.3 und	0 días	mié 23/09/09	lun 28/09/09			
	4	Papel	0.4 resma	0.4 resma	0 días	mié 23/09/09	lun 28/09/09			
	5	Esferos	10 und	10 und	0 días	mié 23/09/09	lun 28/09/09			
	6	Internet móvil	20 hr.	20 hr.	0 días	mié 23/09/09	lun 28/09/09			
44	Elaboración de pendones	2 días	lun 28/09/09	mié 30/09/09	43					
	1	Julio Mahecha	100%	16 horas	0 días	lun 28/09/09	mié 30/09/09			
	2	Carlos Monroy	100%	16 horas	0 días	lun 28/09/09	mié 30/09/09			
	3	Cartucho impresora	0.4 und	0.4 und	0 días	lun 28/09/09	mié 30/09/09			
	4	Papel	1 resma	1 resma	0 días	lun 28/09/09	mié 30/09/09			
	5	Esferos	1 und	1 und	0 días	lun 28/09/09	mié 30/09/09			
	6	Internet móvil	30 hr.	30 hr.	0 días	lun 28/09/09	mié 30/09/09			
45	Modificación página web	4 días	mié 30/09/09	mar 06/10/09	44					
	1	Julio Mahecha	100%	32 horas	0 días	mié 30/09/09	mar 06/10/09			
	2	Carlos Monroy	100%	32 horas	0 días	mié 30/09/09	mar 06/10/09			
	3	Cartucho impresora	0.4 und	0.4 und	0 días	mié 30/09/09	mar 06/10/09			
	4	Papel	0 resma	0 resma	0 días	mié 30/09/09	mié 30/09/09			
	5	Esferos	0 und	0 und	0 días	mié 30/09/09	mié 30/09/09			
	6	Internet móvil	20 hr.	20 hr.	0 días	mié 30/09/09	mar 06/10/09			
47	Implementación en la empresa	6 días	mar 06/10/09	jue 15/10/09						
	1	Julio Mahecha	100%	48 horas	0 días	mar 06/10/09	jue 15/10/09			
	2	Carlos Monroy	100%	48 horas	0 días	mar 06/10/09	jue 15/10/09			
	3	Cartucho impresora	1 und	1 und	0 días	mar 06/10/09	jue 15/10/09			
	4	Papel	3 resma	3 resma	0 días	mar 06/10/09	jue 15/10/09			
	6	Internet móvil	20 hr.	20 hr.	0 días	mar 06/10/09	jue 15/10/09			

11.3 FLUJO DE CAJA

Flujo de caja el dom 20/09/09
Proyect Costeo ABW

	19/07/09	26/07/09	02/08/09	09/08/09	16/08/09	23/08/09
Formulación del proyecto						
Estudio preliminar	\$ 581.060,00	\$ 625.000,00	\$ 62.500,00			
Identificación de necesidades	\$ 470.080,00					
Lluvia de ideas	\$ 219.520,00					
Selección del proyecto (código de ética)		\$ 219.400,00				
Justificación		\$ 125.050,00				
Objetivos generales y específicos		\$ 135.175,00				
Marco conceptual		\$ 135.295,00				
Marco teórico		\$ 132.795,00				
Misión		\$ 132.435,00				
Metas		\$ 127.935,00				
Misión y Vision		\$ 206.060,00				
Beneficiarios		\$ 139.435,00				
Formulación del proyecto		\$ 149.790,00	\$ 68.730,00			
Contrato de asesores						
Selección empresa de consultoría y/o asesor			\$ 439.660,00	\$ 62.800,00		
Contratación de asesores Código de Ética				\$ 375.360,00		
Desarrollo Código de Ética						
Normas de negocio y conductas				\$ 216.560,00		
Políticas de cumplimiento				\$ 148.810,00	\$ 67.750,00	
Conflictos de interés					\$ 206.060,00	
Regalos y favores					\$ 154.060,00	
Contribuciones Políticas					\$ 143.560,00	
Oportunidades Corporativas					\$ 206.300,00	
Uso de los Bienes de la Compañía					\$ 146.230,00	
Uso de los Bienes de la Compañía	\$ 195.510,00					
Protección y Propiedad de la Información Confidencial	\$ 206.120,00					
Información Propiedad de Terceros	\$ 206.120,00					
Negociación de Acciones de ABW	\$ 206.300,00					
Información Financiera y Revelaciones	\$ 151.060,00	\$ 70.000,00				
Negociando Con Clientes		\$ 206.660,00				
Negociando con La Competencia		\$ 206.180,00				
Comparación con Competidores		\$ 206.300,00				
La Comparación con Productos de la Competencia		\$ 216.620,00				
Obteniendo o Recibiendo Información sobre competidores		\$ 143.560,00	\$ 62.500,00			
Política Contra el Acoso y la Discriminación			\$ 206.540,00			
Estudio Administrativo						
Sistema de Gestión Integral			\$ 467.020,00			
Informe de Sostenibilidad			\$ 143.837,50	\$ 439.442,50		

Flujo de caja el dom 20/09/09
 Project Costeo ABW

	27/09/09	04/10/09	11/10/09	18/10/09	Total
Formulación del proyecto					
Estudio preliminar					\$ 1.268.560,00
Identificación de necesidades					\$ 470.080,00
Lluvia de ideas					\$ 219.520,00
Selección del proyecto (código de ética)					\$ 219.400,00
Justificación					\$ 125.050,00
Objetivos generales y específicos					\$ 135.175,00
Marco conceptual					\$ 135.295,00
Marco teórico					\$ 132.795,00
Misión					\$ 132.435,00
Metas					\$ 127.935,00
Misión y Visión					\$ 206.060,00
Beneficiarios					\$ 139.435,00
Formulación del proyecto					\$ 218.520,00
Contrato de asesores					
Selección empresa de consultoría y/o asesor					\$ 502.460,00
Contratación de asesor Código de Ética					\$ 375.360,00
Desarrollo Código de Ética					
Normas de negocio y conductas					\$ 216.560,00
Políticas de cumplimiento					\$ 216.560,00
Conflictos de interés					\$ 206.060,00
Regalos y favores					\$ 154.060,00
Contribuciones Políticas					\$ 143.560,00
Oportunidades Corporativas					\$ 206.300,00
Uso de los Bienes de la Compañía					\$ 341.740,00
Protección y Propiedad de la Información Confidencial					\$ 206.120,00
Información Propiedad de Terceros					\$ 206.120,00
Negociación de Acciones de ABW					\$ 206.300,00
Información Financiera y Revelaciones					\$ 22.1060,00
Negociando Con Clientes					\$ 206.660,00
Negociando con La Competencia					\$ 206.180,00
Comparación con Competidores					\$ 206.300,00
La Comparación con Productos de la Competencia					\$ 216.620,00
Obteniendo o Recibiendo Información sobre competidores					\$ 206.060,00
Política Contra el Acoso y la Discriminación					\$ 206.540,00
Estudio Administrativo					
Sistema de Gestión Integral					\$ 457.020,00
Informe de Sostenibilidad					\$ 583.280,00

Flujo de caja el dom 20/09/09
 Project Costeo ABW

	27/09/09	04/10/09	11/10/09	18/10/09	Total
Palabras del Gerente					\$ 338.060,00
Selección del contratista publicidad					
Diseño de manuales					\$ 224.680,00
Impresión de los manuales					\$ 426.060,00
Campaña de expectativa	\$ 67.116,67				\$ 483.760,00
Elaboración de pendones	\$ 362.860,00				\$ 362.860,00
Modificación página web	\$ 403.060,00	\$ 193.200,00			\$ 596.260,00
Implementación Código de ética en los empleados					
Implementación en la empresa		\$ 564.926,67	\$ 346.333,33		\$ 911.260,00
Total	\$ 833.036,67	\$ 758.126,67	\$ 346.333,33		\$ 12.364.120,00

11.4 PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Informe presupuestario el dom 20/09/09
Project Costeo ABW

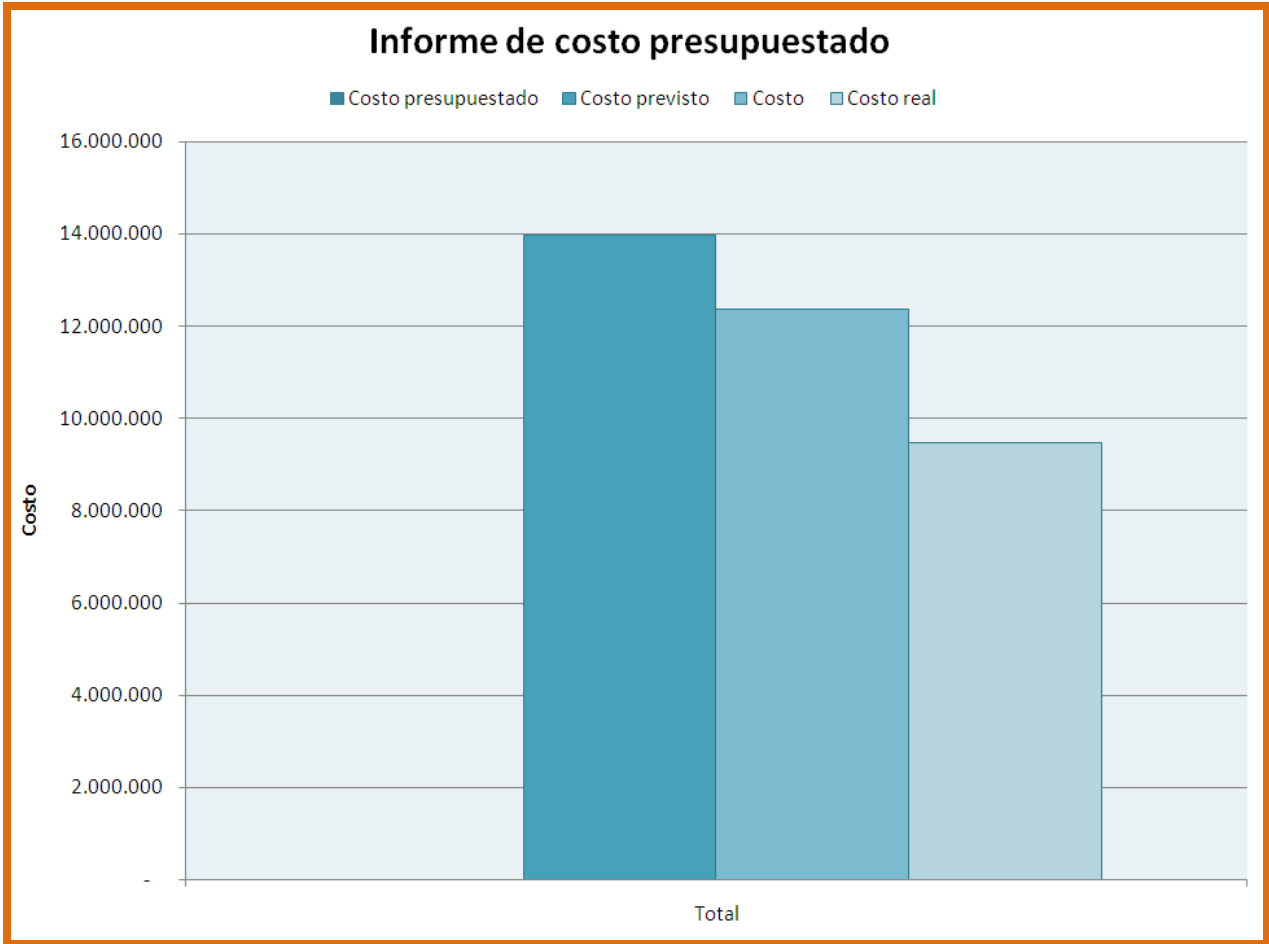
Id	Nombre de tarea	Costo fijo	Acumulación de costos fijos	Costo total	Previsto	Variación
47	Implementación en la empresa	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 911.260,00	\$ 2.955.000,00	(\$ 2.043.740,00)
45	Modificación página web	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 596.260,00	\$ 956.000,00	(\$ 359.740,00)
38	Informe de Sostenibilidad	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 583.280,00	\$ 581.000,00	\$ 2.280,00
16	Selección empresa de consultoría y/o as-	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 502.460,00	\$ 500.000,00	\$ 2.460,00
43	Campaña de expectativa	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 483.760,00	\$ 706.000,00	(\$ 222.240,00)
3	Identificación de necesidades	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 470.080,00	\$ 456.000,00	\$ 14.080,00
37	Sistema de Gestión Integral	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 457.020,00	\$ 456.000,00	\$ 1.020,00
42	Impresión de los manuales	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 426.060,00	\$ 456.000,00	(\$ 29.940,00)
17	Contratación de asesor Código de Ética	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 375.360,00	\$ 375.000,00	\$ 360,00
44	Elaboración de pendones	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 362.860,00	\$ 331.000,00	\$ 31.860,00
25	Uso de los Bienes de la Compañía	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 341.740,00	\$ 331.000,00	\$ 10.740,00
39	Palabras del Gerente	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 338.060,00	\$ 331.000,00	\$ 7.060,00
41	Diseño de manuales	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 224.680,00	\$ 456.000,00	(\$ 231.320,00)
29	Información Financiera y Revelaciones	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 221.060,00	\$ 206.000,00	\$ 15.060,00
4	Lluvia de ideas	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 219.520,00	\$ 206.000,00	\$ 13.520,00
5	Selección del proyecto (código de ética)	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 219.400,00	\$ 206.000,00	\$ 13.400,00
14	Formulación del proyecto	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 218.520,00	\$ 206.000,00	\$ 12.520,00
33	La Comparación con Productos de la Co	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 216.620,00	\$ 206.000,00	\$ 10.620,00
19	Normas de negocio y conductas	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 216.560,00	\$ 206.000,00	\$ 10.560,00
20	Políticas de cumplimiento	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 216.560,00	\$ 206.000,00	\$ 10.560,00
30	Negociando con Clientes.	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 206.660,00	\$ 206.000,00	\$ 660,00
35	Política Contra el Acoso y la Discriminac	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 206.540,00	\$ 206.000,00	\$ 540,00
24	Oportunidades Corporativas	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 206.300,00	\$ 206.000,00	\$ 300,00
28	Negociación de Acciones de ABW	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 206.300,00	\$ 206.000,00	\$ 300,00
32	Comparación con Competidores	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 206.300,00	\$ 206.000,00	\$ 300,00
31	Negociando con La Competencia	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 206.180,00	\$ 206.000,00	\$ 180,00
26	Protección y Propiedad de la Información	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 206.120,00	\$ 206.000,00	\$ 120,00
27	Información Propiedad de Terceros	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 206.120,00	\$ 206.000,00	\$ 120,00
12	Misión y Visión	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 206.060,00	\$ 206.000,00	\$ 60,00
21	Conflictos de interés	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 206.060,00	\$ 206.000,00	\$ 60,00
34	Obteniendo o Recibiendo Información so	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 206.060,00	\$ 206.000,00	\$ 60,00
22	Regalos y favores	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 154.060,00	\$ 143.500,00	\$ 10.560,00
23	Contribuciones Políticas	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 143.560,00	\$ 143.500,00	\$ 60,00
13	Beneficiarios	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 139.435,00	\$ 127.875,00	\$ 11.560,00
8	Marco conceptual	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 135.295,00	\$ 127.875,00	\$ 7.420,00
7	Objetivos generales y específicos	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 135.175,00	\$ 127.875,00	\$ 7.300,00
9	Marco teórico	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 132.795,00	\$ 127.875,00	\$ 4.920,00
10	Misión	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 132.435,00	\$ 127.875,00	\$ 4.560,00
11	Metas	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 127.935,00	\$ 127.875,00	\$ 60,00
6	Justificación	\$ 0,00	Prorrateso	\$ 125.050,00	\$ 112.250,00	\$ 12.800,00
		\$ 0,00		\$ 11.095.560,00	\$ 13.764.500,00	(\$ 2.668.940,00)

11.5 TAREAS Y RECURSOS HUMANOS

Tareas y recursos humanos el dom 20/09/09
Proyect Costeo ABW

Id	Nombre del recurso	Trabajo					
		Unidades	Trabajo	Retraso	Comienzo	Fin	
1	Julio Mahecha	552 horas					
	Identificador	Nombre de tarea	Unidades	Trabajo	Retraso	Comienzo	Fin
	2	Estudio preliminar	100%	76 horas	0 días	mar 21/07/09	lun 03/08/09
	16	Selección em presa de consultoria y/o asesor	100%	32 horas	0 días	lun 03/08/09	lun 10/08/09
	17	Contratación de asesor Código de Etica	100%	24 horas	0 días	lun 10/08/09	jue 13/08/09
	19	Normas de negocio y conductas	100%	8 horas	0 días	jue 13/08/09	vie 14/08/09
	20	Políticas de cumplimiento	100%	8 horas	0 días	vie 14/08/09	mar 19/08/09
	21	Conflictos de interes	100%	8 horas	0 días	mar 19/08/09	mié 19/08/09
	22	Regalos y favores	100%	4 horas	0 días	mié 19/08/09	mié 19/08/09
	23	Contribuciones Políticas	100%	4 horas	0 días	jue 20/08/09	jue 20/08/09
	24	Oportunidades Corporativas	100%	8 horas	0 días	jue 20/08/09	vie 21/08/09
	25	Uso de los Bienes de la Compañía	100%	16 horas	0 días	vie 21/08/09	mar 25/08/09
	26	Protección y Propiedad de la Información Confidencial	100%	8 horas	0 días	mar 25/08/09	mié 26/08/09
	27	Información Propiedad de Terceros	100%	8 horas	0 días	mié 26/08/09	jue 27/08/09
	28	Negociación de Acciones de ABW	100%	8 horas	0 días	jue 27/08/09	vie 28/08/09
	29	Información Financiera y Revelaciones	100%	8 horas	0 días	vie 28/08/09	lun 31/08/09
	30	Negociando Con Clientes.	100%	8 horas	0 días	lun 31/08/09	mar 01/09/09
	31	Negociando con La Competencia	100%	8 horas	0 días	mar 01/09/09	mié 02/09/09
	32	Comparación con Competidores	100%	8 horas	0 días	mié 02/09/09	jue 03/09/09
	33	La Comparación con Productos de la Competencia	100%	8 horas	0 días	jue 03/09/09	vie 04/09/09
	34	Obteniendo o Recibiendo Información sobre competidores	100%	8 horas	0 días	vie 04/09/09	lun 07/09/09
	35	Política Contra el Acoso y la Discriminación	100%	8 horas	0 días	lun 07/09/09	mar 09/09/09
	37	Sistema de Gestión Integral	100%	24 horas	0 días	mar 09/09/09	vie 11/09/09
	38	Informe de Sostenibilidad	100%	32 horas	0 días	vie 11/09/09	jue 17/09/09
	39	Palabras del Gerente	100%	16 horas	0 días	jue 17/09/09	lun 21/09/09
	41	Diseño de manuales	100%	8 horas	0 días	lun 21/09/09	mar 22/09/09
	42	Impresión de los manuales	100%	8 horas	0 días	mar 22/09/09	mié 23/09/09
	43	Campaña de expectativa	100%	24 horas	0 días	mié 23/09/09	lun 28/09/09
	44	Elaboración de pendones	100%	16 horas	0 días	lun 28/09/09	mié 30/09/09
	45	Modificación página web	100%	32 horas	0 días	mié 30/09/09	mar 06/10/09
	47	Implementación en la empresa	100%	48 horas	0 días	mar 06/10/09	jue 15/10/09
	3	Identificación de necesidades	100%	24 horas	0 días	mar 21/07/09	jue 23/07/09
	4	Lluvia de ideas	100%	8 horas	0 días	vie 24/07/09	vie 24/07/09
	5	Selección del proyecto (código de etica)	100%	8 horas	0 días	lun 27/07/09	lun 27/07/09
	6	Justificación	100%	2 horas	0 días	mar 28/07/09	mar 28/07/09
	7	Objetivos generales y específicos	100%	3 horas	0 días	mar 28/07/09	mar 28/07/09
	8	Marco conceptual	100%	3 horas	0 días	mar 28/07/09	mar 28/07/09
	9	Marco teorico	100%	3 horas	0 días	mié 29/07/09	mié 29/07/09
	10	Mision	100%	3 horas	0 días	mié 29/07/09	mié 29/07/09
	11	Metas	100%	3 horas	0 días	mié 29/07/09	jue 30/07/09
	12	Mision y Vision	100%	8 horas	0 días	jue 30/07/09	vie 31/07/09
	13	Beneficiarios	100%	3 horas	0 días	vie 31/07/09	vie 31/07/09
	14	Formulación del proyecto	100%	8 horas	0 días	vie 31/07/09	lun 03/08/09
2	Carlos Monroy	552 horas					
	Identificador	Nombre de tarea	Unidades	Trabajo	Retraso	Comienzo	Fin
	2	Estudio preliminar	100%	76 horas	0 días	mar 21/07/09	lun 03/08/09
	16	Selección em presa de consultoria y/o asesor	100%	32 horas	0 días	lun 03/08/09	lun 10/08/09
	17	Contratación de asesor Código de Etica	100%	24 horas	0 días	lun 10/08/09	jue 13/08/09
	19	Normas de negocio y conductas	100%	8 horas	0 días	jue 13/08/09	vie 14/08/09
	20	Políticas de cumplimiento	100%	8 horas	0 días	vie 14/08/09	mar 19/08/09

11.6 GRAFICO- INFORME DE COSTO PRESUPUESTADO



11.7 GRAFICO – INFORME DEL RESUMEN DE COSTOS DE LOS RECURSOS



Bibliografía.

- Código de ética de Afridro. www.afrido.com (2007)
- Código del Buen gobierno de Nacional de Chocolates (s.a).
- Documento Estándares Prácticas Globales del Negocio laboratorio Schering Plough (Agosto 2007)
- Gestión de Calidad y Aseguramiento a líderes, SIEMENS S.A Departamento de control Proveedores.(2007)
- Manual de Responsabilidad Social ITW, recursos inviolables para proveedores. (2008)
- Revista Dinero
- Texto Formulación y evaluación de proyectos Contreras Marco Elías (1998).
- Texto Metodología (4ª Edición) Méndez Carlos Eduardo (2006)
- Código de Negocios NORDSON CORPORATION
- Aseguramiento a Proveedores para el área andina SAMES COMPANY.