

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA EMPRESA**

**BRICOCINAS**

**ANA MARÍA GIL**

**PAULA ANDREA HERRERA**

**SANDRA PATRICIA RODRÍGUEZ**

**YOLIMA GARCÍA CARDONA**

**ZAYIRIS GISELA VELÁSQUEZ**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD**  
**ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE**  
**NEGOCIOS**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y**  
**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

**JUNIO DE 2018**

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA EMPRESA**

**BRICOCINAS**

**ANA MARÍA GIL – CÓD. 1088001595**

**PAULA ANDREA HERRERA – CÓD. 25174845**

**SANDRA PATRICIA RODRÍGUEZ - CÓD. 31037462**

**YOLIMA GARCÍA CARDONA – CÓD. 40411268**

**ZAYIRIS GISELA VELÁSQUEZ**

**GRUPO 101008\_6**

**FAIBER ALEXIS BENAVIDES**

**TUTOR**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE  
NEGOCIOS**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

**JUNIO DE 2018**

## Tabla de Contenido

Tabla de Ilustraciones .....	6
Lista de Tablas .....	7
Resumen.....	8
Abstract.....	9
Introducción .....	10
Objetivos .....	11
Objetivo General.....	11
Objetivos específicos .....	11
Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial BRICOCINAS .....	12
Direccionamiento Estratégico .....	12
Misión: .....	12
Visión:.....	13
Principios y Valores Corporativos .....	13
Principios .....	13
Valores .....	13
Evaluación de Desempeño Empresa BRICOCINAS .....	14
Justificación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial .....	16
Código de Conducta de la Empresa “BRICOCINAS .....	17
Guía e Iniciativa Mundial Aplicada para la Construcción del Código de Conducta. ....	18
SA8000 (Social Accountability 8000).....	18
AA1000 (AccountAbility) .....	18
Norma SGE 21 .....	19
Certificaciones ISO (Organización Internacional para la Estandarización).....	19
ISO 26000 .....	20
Informe Previo a la Elaboración del Código de Ética y/o Conducta .....	20
Decisión de la alta dirección .....	20
A quien aplica .....	22
Nuestros Dirigentes:.....	22
Los Colaboradores: .....	22
Nuestros clientes. ....	23
Nuestros proveedores:.....	23
Conformación del equipo.....	24

Director .....	24
Equipo de Trabajo.....	25
Instancias de sensibilización y participación .....	26
Recopilación de Insumos y redacción Provisoria .....	26
Observancia de las leyes y normas, así como del cumplimiento de contratos:.....	27
Política Anticorrupción.....	27
Responsabilidad Social Ambiental Y Seguridad .....	28
Consultas Multisectoriales .....	28
Consulta a Peritos .....	29
Contenido código de conducta empresa BRICOCINAS .....	29
Confidencialidad Empresarial.....	29
Conflicto de Interés.....	30
Conducta Interna.....	31
Favores Comerciales.....	32
Contravenciones.....	33
Negociaciones .....	34
Uso de la información de la empresa .....	35
Comunicaciones Estratégicas.....	36
Cultura, social y religión.....	37
Marco normativo.....	38
Recursos Financieros y Decisiones de Inversión Objeto de un Código de Conducta.....	39
Glosario.....	40
Stakeholders.....	41
Descripción de los Stakeholder.....	41
Partes interesadas internas: .....	41
Empleados.....	41
Área administrativa.....	41
Propietarios y accionistas.....	42
Partes interesadas externas.....	42
Proveedores.....	42
Sociedad.....	42
Gobierno .....	42
Acreedores .....	42
Clientes .....	43

Mapa Genérico Seleccionado .....	43
Relaciones Internas .....	43
Propietarios .....	43
Directivas .....	44
Planta de Personal .....	44
Personal Contratista .....	44
Relaciones Externas .....	44
Clientes .....	44
Proveedores .....	44
Competencia .....	45
Entidades Financieras .....	45
Entidades de Gobierno .....	45
La Comunidad .....	46
Matriz de Relaciones .....	46
Matriz de Relaciones .....	47
Plan de Responsabilidad Social Empresarial .....	49
Modelo recomendado: Global Reporting Initiative (GRI) .....	52
Conclusiones .....	54
Bibliografía .....	55
Anexos .....	57

## Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1 cronograma de actividades Fuente elaboración propia o los autores .....	7
Ilustración 2. Mapa Genérico Stakeholder 1. fuente .....	43
Ilustración 3. Matriz de Relaciones.....	47
Ilustración 4. Matriz de Relaciones 3. ....	47

## Lista de Tablas

Tabla 1. Formato de Evaluación de Impacto Empresa BRICOCINAS .....	14
Tabla 2. Miembros del Comité de Ética de Bricocinas .....	24
Tabla 3. Miembros del Comité de Asesoría Técnica .....	24
Tabla 4 presupuesto; fuente de elaboración los autores .....	25
Tabla 5, Recursos financieros, Fuente los autores .....	39
Tabla 6 plan de Responsabilidad Social ; fuente los autores .....	49
Tabla 7. Plan de Comunicaciones BRICOCINAS .....	52

## **Resumen**

La responsabilidad social empresarial se fundamenta en el desarrollo empresarial y de sus negocios apegado a los principios éticos y a las leyes, reconociendo la importancia y el efecto que genera en el entorno social en el cual se desenvuelve y obrando en procura de no impactar negativamente a nivel interno y externo.

BRICOCINAS pretende adoptar la Política de Responsabilidad Social en vía de un desarrollo sostenible integral que pretende mejorar los estándares de calidad ligados al desarrollo social humano de sus colaboradores y personas externas que tengan cualquier tipo de vinculación con la organización.

Este paso en la organización permitirá el crecimiento ordenado y responsable mejorando las relaciones con el entorno social y ambiental enmarcando las relaciones en el respeto y el principio de la mínima afectación colateral.

Palabras claves: Responsabilidad, Integralidad, desarrollo, crecimiento sostenible, bienestar.

## **Abstract**

Corporate social responsibility is based on business development and ethical business and companies, recognizing the importance and effect it generates in the social environment in which it operates and remonstrate it in order to do not impact negatively as internally as externally form.

BRICOCINAS aims to adopt the Social Responsibility Policy in the Way of Sustainable Development that try to improve the quality standards of those linked to the social development of their employees and people who approach any kind of relationship with the organization.

This step on the organization allows an organized and responsible increase by improving relationships with the social and environmental environment, with respect and the minimum collateral involvement.

Keywords: Responsibility, Integrality, development, sustainable growth, welfare.

## **Introducción**

Hemos desarrollado a lo largo del diplomado una serie de temáticas que nos han permitido profundizar en el verdadero significado de la responsabilidad social empresarial. En esta fase vamos a integrar todos los conceptos que se han estudiado.

En primer lugar, encontraremos el código de ética y conducta de la empresa BRICOCINA que es la seleccionada durante la primera fase y todos los elementos que la componen definiendo unos parámetros de comportamiento que garantizan el buen proceder y comportamiento en las diferentes actuaciones institucionales.

En segundo lugar, se resaltan los conceptos de marketing social y corporativo empleando un video para ilustrar dichos conceptos y fortaleciendo así su apropiación

Seguidamente profundizamos en el concepto de Stakeholders y las relaciones que se establecen con ellos con la organización definiendo en una matriz la influencia o impacto que ejercen en el desarrollo de la empresa. Esta parte está compuesta por una breve descripción de los stakeholders identificados y la relación por la cual toman esta consideración y seguidamente los diferentes mapas genéricos de stakeholders presentados por cada una de las compañeras que integramos el grupo. De los cuales mediante un ejercicio de concertación se eligió uno que será explicado de manera más amplia.

Por último, la matriz de relaciones de los Stakeholders que desarrollo cada una de las integrantes del grupo en el que se representan el grado de influencia o impacto que tiene cada actor en la organización de acuerdo al criterio de cada estudiante.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Elaborar un plan de responsabilidad social empresarial, desde 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 adoptarlo aportará valor a la organización.

### **Objetivos específicos**

- Aplicar las herramientas y conceptos básicos sobre responsabilidad social empresarial.
- Proponer estrategias y metodologías que permitan la incorporación de los conceptos básicos de responsabilidad social en la toma de decisiones con alcance social, político y ambiental necesarios para la construcción futura de la sostenibilidad global.
- Integrar los conocimientos adquiridos hasta este punto del proceso de formación del diplomado alrededor de la construcción del plan de responsabilidad social.
- Establecer un código de ética que establezca las pautas para el comportamiento de los integrantes de la empresa.
- Implementar estrategias de marketing corporativo que desarrollen campañas responsablemente.
- Implementar un plan de comunicación y relaciones con los stakeholders para garantizar las buenas relaciones.

## **Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial BRICOCINAS**

Bricocinas nace en el año 2004 en la ciudad de Villavicencio y se ubica en la dirección carrera 33 # 25-11 avenida puerto López, es una idea del propietario con las ansias de querer tener su propia empresa, ya que sus padres llevan 30 años en el mercado de las cocinas integrales y abre su propio negocio.

El nombre de Bricocinas nace de la idea después de un viaje al país España y haciendo un estudio de mercados se encuentra con un libro de manualidades en madera llamados Brico y lo asocia con la actividad a la cual se van a dedicar y así nace Bricocinas.

Bricocinas cuenta con una hermosa sala de venta o exhibición ubicada en la misma dirección, y además de fabricar cocinas integrales también realizan puertas, closet y todo lo relacionado con la madera para el hogar. La compañía tiene una tendencia al crecimiento y a la expansión ya que están realizando grandes alianzas comerciales con las constructoras de la ciudad, vendiéndoles el paquete completo a los nuevos hogares de la región.

### **Direccionamiento Estratégico**

#### **Misión:**

Cocinas Bricocinas es una empresa que proporciona a sus clientes soluciones optimas a cualquier necesidad, tangible e intangible de todo lo relacionado a la fabricación de nuestros muebles y servicios

que prestamos, contribuyendo con la economía de los hogares colombianos proporcionándole la más alta calidad, excelente diseño a precios competitivos buscando la satisfacción de los clientes.

### **Visión:**

Lograr un posicionamiento y liderazgo en el mercado, siendo reconocidos por nuestra calidad, la capacidad y tiempo de respuesta, diseños vanguardistas y ser punta de lanza en innovación además crear valor a lo que transformamos, a través de la excelencia en innovación de técnicas de proceso, con calidad en nuestro trabajo diario y profesionalismo.

## **Principios y Valores Corporativos**

### **Principios**

Los principios de la empresa Bricocinas son la excelencia en los productos y en los servicios que se prestan, estando siempre a la vanguardia en tecnología y calidad.

### **Valores**

Los valores de la empresa Bricocinas son:

- **Honestidad:** Actuamos de manera coherente, accionando conforme a nuestro pensamiento
- **Compromiso:** Nuestro mayor esfuerzo está orientado a llevar a cabo los acuerdos pactados dentro de la negociación para satisfacción de nuestros clientes.
- **Lealtad:** Cumplimos fielmente conforme a nuestros valores y principios a los compromisos adquiridos dentro de la negociación

- **Comunicación:** Para la empresa es de gran importancia una interacción efectiva entre nuestros clientes y empleados; De tal manera que el mensaje nos conduzca a la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes
- **Cumplimiento:** Para la empresa es de gran relevancia atender los compromisos pactados con nuestros clientes y proveedores dentro de los tiempos establecidos, captando su fidelización y compromiso con nosotros
- **Equidad:** Dentro de la organización todos los clientes, empleados, proveedores y Directivos son tratados con respecto, existe una igualdad en el cumplimiento de sus derechos, permitiendo así que la empresa se muestre cada vez más sólida y competitiva.

### Evaluación de Desempeño Empresa BRICOCINAS

Tabla 1. Formato de Evaluación de Impacto Empresa BRICOCINAS

	<b>Problema</b>	<b>Impacto</b>	<b>Prioridad atención (alta, media, baja)</b>
<b>Económico</b>	<b>Interno:</b> altos costos de fabricación; se debe tener en cuenta la necesidad de identificar las necesidades de inversión, los ingresos, los costos, los gastos, la utilidad los puntos de equilibrio contable, y económico y determinar la posibilidad que al vender el producto al precio establecido el negocio deje un excedente adecuado	La entrada de productos de otros países por medio de importación, hacen que los fabricantes de estos productos tengan que establecer nuevas estrategias de producción y promoción de sus productos, y que en muchos momentos los	Alta

	<p><b><u>Externo:</u></b> competencia desleal por parte de la introducción de productos chinos, haciéndolos pasar por productos de alta calidad, además de la imitación de productos por parte de compañías importadoras de cocinas integrales con productos como PVC.</p>	<p>ha llevado a tomar decisiones de cerrar parte de sus plantas productivas.</p>	
	<p><b><u>Interno:</u></b> no se manejan contratación de personas con condición especial, y esto hace que la empresa no esté trabajando en la parte social ya por falta de conocimiento del manejo de este tipo de personas y de las ventajas que esto puede llevar a la empresa.</p>	<p>generar empleo dignamente mediante la Afiliación a seguridad social, riesgos profesionales,</p>	
<b>Social</b>	<p><b><u>Externo:</u></b> por ser productos de alto costo no llegan a todos los estratos y se limitan a producir cocinas de alto costo, por lo tanto esto les quita la posibilidad a los estratos 1 y 2 de adquirir una cocina de este tipo, y es ahí cuando la competencia desleal trata de llegar a estos estratos ofreciéndoles cocinas a menor precio y menor calidad, haciéndolas pasar como productos de alta calidad.</p>	<p>contratación directa y demás especificaciones dispuestas por la ley con el fin de brindar mejores condiciones de trabajo y garantías legales que generen a su vez compromisos con la empresa.</p>	media
<b>Ambiental</b>	<p><b><u>Interno:</u></b> con la producción de las cocinas integrales se genera una alta cantidad de desperdicios que al no tener una buena disposición final genera contaminación ambiental, por lo tanto el uso y disposición</p>	<p>Mal aprovechamiento de la madera, por tanto, resulta evidente que una de las actuaciones pasa por optimizar su rendimiento. En este sentido,</p>	Media

---

de estos residuos genera un problema interno de la empresa Bricocinas.

**Externo:** existe una cantidad de normas que rigen el uso de maderables, lo cual limita el uso de las mimas aumentando el costo de fabricación, ya que la ley es estricta pues se está acabando con una gran parte de la flora existente en el país y esto hace que los problemas externos se afecten a los clientes finales.

una acertada elección de las mismas contribuye a reducir el volumen de residuos generados, y a disminuir, al mismo tiempo, los costes de producción.

---

Fuente: Grupo Colaborativo

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

Por ser una empresa que no maneja adecuadamente la responsabilidad social, se requiere elaborar un plan adecuado para que esta empresa inicie cooperando con la decisión de hacer estos negocios rentables, de forma ética y basada en la legalidad, lo que para la compañía se convierte en un plan realmente estratégico.

Teniendo en cuenta que la RSE es un tema que deben aplicarlo las empresas para que sean exitosas, contribuye con la comunidad y el medio ambiente, logrando un beneficio recíproco, lo que genera un mayor reconocimiento dentro de su entorno competitivo al realizar su negocio basada en principios éticos y de acuerdo a los requerimientos exigidos por la ley.

Con lo anterior se asegura mayor productividad, al enfocar los esfuerzos en retener al personal, identificando sus requerimientos y necesidades, se crea una lealtad ante sus clientes y proveedores, al

cumplir de manera eficiente con el tiempo de entrega de sus productos, se crean accesos a nuevos mercados, al contar con la certificación requerida en términos de calidad y eficacia y, lo más importante para la compañía, se genera credibilidad, al ejercer sus sanas prácticas empresariales que conlleven al bienestar interno y externo de la organización.

Lo que se busca es que las empresas adopten una postura activa y responsable en torno al impacto de sus operaciones.

### **Código de Conducta de la Empresa “BRICOCINAS**

El Modelo gerencial seleccionado está ligado a la estrategia de competitividad es el modelo denominado Kaizen (el cual se refiere al Mejoramiento continuo), lo anterior me inclinó a esta selección debido al tamaño de la empresa BRICOCINAS, donde como pequeña empresa se viene enfrentándose a medianas y grandes empresas dentro de la región, las cuales cuentan con una estructura organizacional y competitiva.

Por ello es pertinente realizar un mejoramiento continuo para obtener resultados armónicos y pre activos dentro de la misma.

Es importante tener claro que la implementación de este modelo implica la puesta en marcha de un ciclo de mejora continuo y para ellos debemos partir de un ejercicio de planificación estratégico en el cual mediante un análisis DOFA logremos identificar las situaciones problemáticas y sus causas, establecer alternativa de solución, elaborar un plan de acción y definir claramente los indicadores que nos permitan medir la mejora continua. Este aspecto es de suma importancia y se descuida frecuentemente, todo proceso debe tener identificados claramente los indicadores que en las evaluaciones nos permitirán saber si en realidad es efectivo el ciclo de mejora o debemos modificarlo.

## **Guía e Iniciativa Mundial Aplicada para la Construcción del Código de Conducta.**

Existen unas guías e iniciativas mundiales que pretenden brindar una orientación a las empresas para que puedan establecer sus códigos de conducta y certificarlos a través de alguna de ellas. Estos referentes le permiten ajustarse de acuerdo a las necesidades de la empresa u organización a un modelo que realmente puede generar un impacto con la política de responsabilidad social empresarial.

De acuerdo a la lectura de las guías consultadas consideramos que la que más se ajusta a la empresa Bricocinas de acuerdo a lo que se pretende es la Norma SGE 21.

Sin embargo, vamos a presentar un breve resumen de cada una de las guías consultadas

### **SA8000 (Social Accountability 8000)**

Esta primera norma se fundamenta en la garantía que ofrece la empresa en la aplicación de condiciones de responsabilidad social al interior de sus trabajadores tanto directos, como indirectos y los que trabajan para sus proveedores, lo cual hace que trabajen con empresas que tengan un esquema similar en sus actividades de responsabilidad social. Se enfatiza en el respeto y el deber de garantizar los derechos humanos y todos los derechos laborales a los que estos tienen lugar.

La certificación da garantía de que todos los procesos productivos se ofrecen en plenas condiciones de bienestar, que los salarios son justos y no presenta ninguna forma de atropello ni discriminación, rigiéndose en los acuerdos internacionales sobre las condiciones laborales y en los derechos humanos. (CONEXIÓNESAN, 2016)

### **AA1000 (AccountAbility)**

Esta norma se fundamenta en la comunicación de las medidas aplicadas para cumplir con la responsabilidad social y sus resultados, por tal motivo brinda un conjunto de herramientas para dar a

conocer y brindar calidad a “rendiciones de cuentas, evaluaciones y divulgación de aspectos sociales y éticos de la gestión empresarial” (CONEXIONESAN, 2016)

### **Norma SGE 21**

Esta norma nace en el año 2000 y se constituye como la primera norma de Europa que permite implementar, hacer auditoria y brindarle certificación a un proceso en el que se implementa un sistema de responsabilidad social empresarial con fundamentos éticos.

Su estructura permite integrar las políticas de responsabilidad social empresarial de manera integral en cualquier organización, ya sea una micro empresa, una mediana empresa o una macro empresa a través de ella se puede establecer una hoja de ruta encaminada a la mejora de estas políticas, adicionalmente se adapta a otros tipos de procesos certificados como calidad, medio ambiente y seguridad y salud en el trabajo. (Forética, 2018)

Esto nos permite describir la Norma SGE 21 como útil, integral, flexible y compatible adicionalmente incorpora criterios que ayudan a definir las relaciones de la empresa con sus stakeholders, con los empleados, con todos los actores del ámbito empresarial y con el medio ambiente. (Asociación Española para la Calidad, 2016)

### **Certificaciones ISO (Organización Internacional para la Estandarización)**

Las certificaciones ISO como ya todos conocemos es un conjunto de parámetros que establecen diferentes lineamientos de la mejora en la calidad de los procesos que implementan las organizaciones, existen diferentes tipos de certificaciones ISO, la 9000 que define los lineamientos para el control de calidad, la ISO 14000 que está relacionada con el componente ambiental y el impacto que las empresas

generan con sus actividades productivas. Así mismo existe la ISO 26000 que enmarca la Responsabilidad Social empresarial

### **ISO 26000.**

Esta norma enmarca al igual que las anteriores el conjunto de actividades que deben implementarse para la aplicación de las políticas de responsabilidad social empresarial integrando tres aspectos importantes en primer lugar las definiciones y los principios de la responsabilidad social, los principales elementos para tener en cuenta en el proceso de implementación y las orientaciones pertinentes para integrar los conceptos de la responsabilidad social empresarial en los procesos que desarrollo la organización. (Asociación Española para la Calidad, 2016)

## **Informe Previo a la Elaboración del Código de Ética y/o Conducta**

### **Decisión de la alta dirección**

Bricocinas como empresa colombiana con más de 15 años de funcionamiento y experiencia en la fabricación de cocinas integrales y otros elementos para la mejora de los espacios interiores en unidades habitacionales, ha fundamentado su trabajo en la dedicación y el esmero por lograr productos de excelente calidad con respaldo de garantía, generando así satisfacción en los clientes y reconocimiento en el mercado. Desde su fundación en el año 2004 se ha guiado por valores humanos y principios de conducta, que han contribuido a afianzarla como una empresa sólida en todos los aspectos.

Para consolidar este trabajo y seguir mejorando en busca de la sostenibilidad y crecimiento constante de la empresa y su capital humano, Bricocinas ha decidido establecer un código de ética y conducta que permita identificar y reconocer los principios y valores sobre los cuales se fundamenta

nuestro proceder y nuestras acciones tanto internamente como en el constante interactuar con los clientes y demás stakeholders con los que nos relacionamos.

El presente código de ética y conducta tiene el propósito de reforzar los valores institucionales de la empresa con base a la filosofía de su fundador el señor Jorge Flórez.

El desempeño cotidiano con apego a dichos principios éticos fortalece las competencias de todos los colaboradores y contribuye a mejorar las relaciones de la compañía con sus clientes y proveedores.

Por ello es fundamental que todos los que desempeñan alguna responsabilidad en Bricocinas, asuman los lineamientos que establece el presente código; al aplicarlo en sus actividades profesionales. E incluso en la vida cotidiana, por eso buscamos que la ética empresarial se convierta en eje fundamental para el sostenimiento y sustentabilidad de nuestra organización. Además de ser la principal herramienta en nuestra concepción de creación de valor, aportando el renombre como ventaja comparativa y competitiva.

Así pues, exhortamos a todas las personas que hacen parte de esta gran empresa para que lo adoptemos y su observancia y cumplimiento se constituyan en el rector de nuestro comportamiento.

¡vivir en forma ética nos ayuda a una mejor convivencia y fortalece la organización!

## **¿A quién aplica?**

### **Nuestros Dirigentes:**

Son todas las personas de la planta de personal y la junta directiva que integran nuestra empresa y ostentan los cargos de responsabilidad frente a las decisiones estratégicas en las diferentes áreas que la conforman, económica, comercial, recursos humanos, producción y calidad. Las cuales con sus acciones y decisiones afectan de manera importante el desarrollo de la organización y la imagen que proyecta. Se distinguen por qué;

- Reconocen a su personal como su mayor ventaja competitiva
- Respetan a sus colaboradores y no permita que exista ninguna discriminación ya sea por edad, religión, sexo, origen étnico, o por cualquier otra condición protegida por las leyes.
- No tolera ningún tipo de acoso o condicionamiento ya sea de carácter verbal o mediante conductas intimidantes u ofensivas.
- Fomentar un ambiente laboral saludable y productivo, al promover el trabajo en equipo y la comunicación clara y directa.

### **Los Colaboradores:**

Son todo el capital humano que hace parte de la organización y que labora al interior en la planta de producción y en exteriores en las instalación y terminación de nuestros productos, ya sea por nomina, por honorarios o contratos de prestación de servicios.

- Reconocen y respetan los niveles jerárquicos y las líneas de mando establecidas.
- Cumplen las leyes y normatividades, así como las políticas y reglamentos internos.
- Tiene la obligación de que sus actos y expresiones sean congruentes con los lineamientos de este código, al conducirse a discreción aun en el ámbito familiar.

- Se comprometen a cuidar de los recursos económicos y materiales de la compañía.

### **Nuestros clientes.**

Son todas las personas naturales o jurídicas que adquieren nuestros productos y a las cuales servimos generando un alto grado de satisfacción como principal producto, buscando en cada trabajo cumplir con las expectativas y brindar espacios agradables para disfrutar. Los clientes de Bricocinas son la razón de ser de su existencia, por lo que es primordial satisfacerlo, la calidad e inocuidad de los productos y servicios que esta ofrece son el principal compromiso con ellos.

Todos los clientes de Bricocinas son igualmente importantes y en consecuencia, la arrogancia es inaceptable en cualquiera de las relaciones comerciales que la empresa establezca.

Los compromisos de venta deben de ser honestos y veraces, en relación con la disponibilidad, fecha de entrega, calidad y condiciones generales.

En nuestro trato con los clientes, no hay cabida para ningún tipo de corrupción soborno, favoritismo o cualquier otra actividad contraria a las buenas costumbres.

### **Nuestros proveedores:**

Son todas las personas naturales y jurídicas que surten de materias primas, herramientas, equipos y demás elementos necesarios para el desarrollo normal de nuestras actividades, y que se caracterizan por entregar cada pedido con materiales, insumos y elementos de la mejor calidad. Por tal motivo se debe garantizar una excelente relación que permita el cumplimiento ante los compromisos adquiridos con la empresa ante sus clientes.

También se consideran como aliados estratégicos para el desarrollo de sus operaciones y funcionamiento, por lo tanto, la empresa únicamente trabaja con aquellos que compartan sus valores humanos y principios.

Los colaboradores que negocien la adquisición de bienes y servicios institucionales deben de ofrecer y exigir un trato equitativo y honesto a los proveedores en cada transacción, con base en las políticas y procedimientos de la compañía, con el fin de garantizar siempre el beneficio de esta última.

- La elección de proveedores será imparcial acorde a los criterios rigurosos de calidad, rentabilidad y servicio.
- Los colaboradores no podrán recibir ni dar regalos, dadas u otras cortesías a los proveedores, solo podrán establecerse excepciones a este caso bajo autorización escrita de la Alota dirección.
- Los colaboradores están obligados a dar a conocer nuestros códigos de ética y conducta a los proveedores.

### **Conformación del equipo**

*Tabla 2. Miembros del Comité de Ética de Bricocinas*

---

Gerente:	Jorge Flórez
Secretaria:	Liz Escobar
Jefe de personal:	Esther Méndez
Jefe de producción:	Nicolás Ospina
Contadora:	Ana María Gi

---

*Tabla 3. Miembros del Comité de Asesoría Técnica*

---

<b>Director</b>	
Faiber Alexis Benavides	Profesional Especializado

---

## Equipo de Trabajo

Ana María Gil	Profesional en Formación
Paula Andrea Herrera	Profesional en Formación
Sandra Patricia Rodríguez V.	Profesional en Formación
Yolima García Cardona	Profesional en Formación
Zayiris Gisela Velázquez	Profesional en Formación

Plazo de entrega: 24 abril del año en curso

ACTIVIDAD	FECHA																						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
revisión misión y visión de la empresa	■	■																					
análisis de los valores			■	■	■	■	■																
conformación de los comités							■	■															
redacción del código										■	■	■	■	■	■								
consulta multisectorial																■	■						
consulta a peritos																		■	■				
																					■	■	■

Ilustración Icronograma de actividades Fuente elaboración propia o los autores

Tabla 4 presupuesto; fuente de elaboración los autores

ACTIVIDAD	PROVEEDOR	HORA	COSTO POR HORA \$	COSTO TOTAL \$
Formación del Comité Líder	Interno	8	3.255	26040
Revisión del Plan Estratégico	Interno	16	3.255	52080
Revisión Otros Códigos	Externo	16	20.000	320000
Capacitación Tema Ético	Externo	16	20.000	320000
Elaboración Borrador del Código	Interno	104	3.255	390600
Revisión del Código	Externo	16	20.000	320000
Aprobación del Código	Interno	8	3.255	26040

Campaña de Expectación	Interno	16	3.255	52080
Lanzamiento y Entrega del Código	Interno	40	3.255	130200
			<b>TOTAL</b>	<b>1637040</b>

Fuente: Equipo de trabajo del curso

### **Instancias de sensibilización y participación**

Las instancias de sensibilización y participación se dividen en dos momentos; El primero de ellos es para indagar en los dirigentes y colaboradores por los valores y principios sobre los cuales fundamentan sus actuaciones y las deficiencias o antivalores que pueden evidenciar y que es necesario mitigar o corregir. Así sentar las bases para la formulación de nuestro código de ética y conducta. Como herramienta para esta labor se empleará la figura de talleres y encuestas que faciliten la recolección ordenada de la información.

La segunda instancia está relacionada con la implementación del código de ética y conducta para la empresa BRICOCINAS, se crearán espacios de sensibilización y participación a los cuales se vincularán principalmente los directivos, colaboradores y proveedores de manera personal.

En estos espacios se dará a conocer el contenido del código de ética y se hará especial énfasis en los principios, valores y comportamientos que se enmarcan dentro de él y que deben caracterizar el actuar de las diferentes partes a las cuales le aplica.

### **Recopilación de Insumos y redacción Provisoria**

---

En nuevo equipo quedara conformado por:

---

Gerente: Jorge Flórez

Secretaria: Liz Escobar

Jefe de personal: Esther Méndez

---

---

Jefe de producción: Nicolás Ospina

Contadora: Ana María Gil

---

Fuente: elaboración propia Insumos recibidos y redacción del código de ética

Los insumos recibidos se mencionan a continuación:

### **Observancia de las leyes y normas, así como del cumplimiento de contratos:**

Bricocinas y sus colaboradores se comprometen a observar las leyes y normas que se relacionan directamente con su actividad. Este principio sin excepción, aplica a todas las áreas de negocio. En este sentido se considera que el incumplimiento de la ley es un delito que puede acarrearles daños económicos a la empresa, así como afectar la imagen. Así mismo es ineludible el respeto y cumplimiento de los acuerdos y compromisos que se establecen en nuestros contratos comerciales.

### **Política Anticorrupción**

En Bricocinas no aceptamos ningún acto de soborno. Por lo tanto, no recibimos ni otorgamos dinero u obsequios para conseguir beneficios personales a empresariales contrarios a la ley.

Sobornar, recibir dinero, obsequios o dádivas para conseguir los beneficios antes señalados ya que puede afectar la reputación y resultados de la empresa.

### **Conflicto De Intereses**

El conflicto de intereses se entiende como la contraposición del beneficio personal de cualquier colaborador con el de la empresa.

Los colaboradores no deberán tomar ventajas de las oportunidades de negocios que la empresa ofrece, y que les permitan obtener ingresos de terceros.

Ningún proveedor deberá tener parentesco, relación familiar o de amistad con el personal de la compañía, facultado para decidir sobre la elección y contratación de bienes y servicios de Bricocinas.

## **Responsabilidad Social Ambiental Y Seguridad**

Bricocinas considera de vital importancia preservar y mejorar la calidad del medio ambiente y controlar la contaminación atmosférica que pudiera derivarse de cualquiera de sus procesos.

En el marco de la cultura ambiental que ha asumido la compañía busca siempre soluciones integrales para administrar, reutilizar y optimizar los recursos naturales, materias primas y residuos.

## **Seguridad Industrial E Higiene**

Bricocinas cuenta con medidas y acciones para prevenir accidentes y enfermedades de trabajo a fin de salvaguardar la vida, la salud y la integridad física de las personas, así como de proteger las instalaciones y bienes de la compañía.

## **Uso de Equipos de Cómputo Audiovisuales y de Comunicación**

Los colaboradores deben de cumplir con las políticas y procedimientos internos y externos de la empresa en relación con el uso de equipos de cómputo, audiovisuales y de comunicación y queda prohibido de manera categórica:

- Visualizar y utilizar material pornográfico
- Expresar o omitir opiniones sobre temas políticos o religiosos.
- Hacer uso de estos recursos con fines comerciales ajenos a la empresa.
- Participar en juego y apuestas.

## **Consultas Multisectoriales**

En el segundo momento del espacio de sensibilización y participación se realizarán las consultas necesarias con los diferentes niveles de la organización, con el propósito de revisar el código redactado e indagar por su pertinencia y ajuste de ser necesario para alcanzar su aplicabilidad.

Para ello se establecerá un grupo de trabajo con los directivos y otro grupo con los colaboradores que participaran mediante una delegación. La metodología a utilizar será la de talleres de discusión. En los cuales se realizarán los ajustes necesarios.

### **Consulta a Peritos**

Para la revisión final del código de ética y conducta se realizará la contratación de un equipo legal que de un visto bueno del documento que permita pasar a su etapa de implementación. Una vez surtidas estas consultas se adoptará por parte de la organización BRICOCINAS.

### **Contenido código de conducta empresa BRICOCINAS**

El presente Código define los principios, valores y conductas a los que BRICOCINAS se compromete. En él se establecen los estándares mínimos de comportamiento ante la totalidad de grupos de interés. La empresa considera que este Código de Conducta y Ética es parte integral de su cultura empresarial, por lo que hará valer su plena observancia.

### **Confidencialidad Empresarial**

- La confidencialidad es un tema que debe ser manejado con estricto cumplimiento por fuera de la empresa BRICOCINAS, ya que la divulgación de la información puede impactar negativamente para la compañía, siendo una oportunidad para la competencia al querer utilizar información importante, por este motivo es de suma importancia:
- Mantener bajo custodia la información personal de los demás colegas, así como su restricción a quien tenga necesidad funcional de conocerlos, a menos de que sea por un acto legal, reglamento o decisión judicial.
- No transmitir a otros, tecnologías, marcas y metodologías ni cualquier otro tipo de información que pertenezca a la empresa para fines personales o beneficio de terceros, así sea instrumento de trabajo del propio colaborador.

- Por tratarse de una ventaja para la competencia, mantener bajo estricto sigilo informaciones internas, que no sean de dominio público.
- Preservar y custodiar los activos de la empresa, como herramienta indispensable para el desarrollo de sus actividades, haciendo un uso responsable de los mismos, cuidando de ellos para mantenerlos en buen estado para que pueda ser prolongable su vida útil.

Ante una situación en la que una persona externa o interna de la empresa pretenda acceder a información privada para fines desconocidos ya sea de manera abusiva, sabotando, sobornando cualquier miembro de la empresa en todos sus niveles administrativos y de operación deberá denunciar el hecho ya sea de manera verbal o escrita ante el gerente de la organización.

### **Conflicto de Interés**

- Bajo ninguna circunstancia ningún empleado puede utilizar el vínculo que tiene con la empresa para beneficio propio o de terceros con los que contraigan relaciones laborales o personales
- Los funcionarios de la empresa deben abstenerse de recibir regalos, obsequios, o favores a cambio de beneficios personales que involucren su actividad comercial dentro de la empresa BRICOCINAS.
- Los empleados no deben utilizar el conocimiento que tienen por el desarrollo de las funciones que realiza dentro de la organización para negocios personales externos.

En el caso en que un empleado presente un conflicto de interés debe poner en conocimiento de la persona encargada de recursos humanos su situación para salvar responsabilidades y evitar situaciones que comprometan su estabilidad en la empresa.

## **Conducta Interna**

- El empleado debe mantener la conducta personal en relación a su trabajo.
- promocionar internamente a los empleados genera que estos vean las oportunidades que tiene para crecer y que la empresa se preocupa por su carrera, obteniendo lealtad a la empresa y a sus productos. Como la posibilidad de permanecer en esta.
- La selección del personal se debe hacer a través de especialistas, ya que estos combinan su intuición con la habilidad de análisis, síntesis y evaluación, así como involucrar herramientas científicas cuantitativas que van a contribuir a conocer lo que se ve a simple vista, una excelente selección de colaboradores permitirá que la empresa BRICOCINAS, genere resultados productivos y de mercadeo eficientes y eficaces.
- Manejar los conflictos que surgen en el área de trabajo, a través de la identificación del problema, dando ideas claras de la solución y permitir que los empleados enfrentados en la situación se expliquen es clave para resolver los conflictos que surgen. Es importante resaltar mediante vías informales como también a través de un protocolo formal de mediación.
- Manejar el grado de tolerancia de las opiniones de las personas que trabajan con el directivo.
- El excelente comportamiento de las personas que ejercen cargos ejecutivos en la organización genera cambios de conducta de ética en sus empleados. Finalmente, las estructuras y una excelente implementación de sistemas básicos facilitaran el correcto funcionamiento y obtención de los objetivos generales y metas propuestas por la empresa BRICOCINAS.

En el caso de faltar a las conductas internas establecidas se de dar inmediato aviso al supervisor del área o al jefe de recursos humanos para que tomen las medidas correspondientes con los empleados que han incurrido en faltas a la conducta.

Si dichas faltas implican agresión física, verbal o moral de deben evitar reacciones en respuesta y de igual manera dar inmediato aviso al supervisor del área o al jefe de recursos humanos

### **Favores Comerciales**

- Se debe evitar el dar o recibir obsequios o muestras de hospitalidad (lo cual incluye comidas y formas de entretenimiento), como también aquellos favores que tiene una intención diferente a lo cortesía y están asociadas a prácticas comerciales. Aunque los obsequios y las muestras de hospitalidad son un gesto de cortesía propio del intercambio comercial. No se debe permitir, ofrecer y recibir dichas atenciones y/o favores ya que puede confundirse con la imposición de ciertas obligaciones a terceros. Siempre se debe tener moderación y un buen criterio al ofrecerlos. De lo contrario, dicha situación puede generar un conflicto de intereses.
- Nunca se debe aceptar u ofrecer obsequios o muestras de hospitalidad en el ámbito laboral si eso da una apariencia de parcialidad o hace pensar que intentamos influir sobre las decisiones de negocios.
- Tampoco se debe solicitar obsequios a terceros, ya sea directa o indirectamente. Antes de aceptar cualquier tipo de cortesía, independientemente de su tamaño, evalúe si se sentiría cómodo al comentárselo a sus colegas, sus familiares o a los medios de comunicación.
- El directivo encargado puede aprobar por escrito, sólo si dicha cortesía cumple con todos los criterios estipulados por la empresa.
- La empresa BRICOCINAS establece una política de cero tolerancias respecto de los obsequios, las muestras de hospitalidad y otros pagos indebidos. Debe estar familiarizado con todas las leyes y reglamentos aplicables, y debe comunicarse con los directivos correspondientes por cualquier pregunta o inquietud que se tenga.

- Asimismo, si ha solicitado, ofrecido o recibido un obsequio o una muestra de hospitalidad indebidos, debe informarlo de inmediato a sus directivos.
- No se debe ofrecer ni aceptar obsequios de un proveedor, cliente, socio comercial o cualquier otra persona que superen el valor nominal.

### **Contravenciones**

La observancia de este tipo de situaciones debe ser objeto de denuncia ante el jefe de recursos humanos o gerente según sea el caso o con el superior inmediato de la persona que incurre en este tipo de hechos.

Una de las principales metas de los códigos de conducta es servir de guía para las acciones y decisiones de los empleados para este caso la empresa BRICOCINAS, si se presenta alguna duda, pregunta, inconformidad o no entiende alguna disposición de este código, está obligado a notificar la situación de manera oportuna. Lo podrá hacer mediante algún método de comunicación.

- Las contravenciones del Código de conducta de BRICOCINAS se deben notificarse de inmediato. Debe asesorarse y notificar aquello que tenga información y por consiguiente obtenga respuestas a sus preguntas.
- Se debe prohibir las represalias de cualquier directivo de la empresa, si se presenta una queja fundada referente a cierta conducta que se haya dado bajo conciencia, considerada poco ética del código de conducta.
- La notificación abierta, permite resolver o informar acerca de una violación real o posible. Su recurso inmediato puede ser su gerente o supervisor, estas personas podrían tener la información que se necesita o enviar al asunto a la fuente apropiada. Para casos de entorno laboral, discriminaciones y acoso debe dirigirse al gerente de la empresa.
- La notificación anónima y/o confidencial, se podrá usar cuando exista una inquietud específica o se quiera informar de una contravención real o posible de modo confidencial, por ejemplo, para el caso donde la queja es acerca del gerente o supervisor. Los empleados de BRICOCINAS podrán

hacer sus notificaciones y obtener información y sugerencias a modo confidencial por vías telefónicas y correo electrónico. Se podrá compartir la información con quienes se necesite para un proceso adecuado.

- La empresa Bricocinas debe establecer líneas directas telefónicas y correo electrónico confiables para los empleados.
- La pregunta, notificación o queja se tomará en serio, se reunirá información en respuesta a la pregunta, será dirigida a los cargos directivos apropiados de BRICOCINAS para su respectivo seguimiento. Se mantendrá la confidencialidad en la mayor medida de lo posible, en forma acorde con la necesidad de llevar a cabo una revisión adecuada.
- La persona que presenta la queja está obligada a colaborar con las investigaciones relacionadas con contravenciones y quejas reales o presuntas, y debe ser siempre sincero y honesto en el transcurso de las investigaciones.
- Se tomarán medidas correctivas y disciplinarias puntuales y apropiadas cuando estén justificadas.
- Los empleados que estén sujetos a una investigación, o que sean entrevistados en relación con una investigación, están obligados a colaborar. La falta de colaboración podría ocasionar la imposición de medidas disciplinarias, incluido el cese del empleo y/o el procesamiento judicial.
- Proceso disciplinario: por cada una de las infracciones al Código, procura imponer medidas disciplinarias que se correspondan a la circunstancia en particular de la infracción. El incumplimiento por parte de un empleado o representante de las leyes o reglamentos que regulan las actividades de la empresa BRICOCINAS, se llevaría a instancias de medidas disciplinarias, incluido el cese del empleo y en otros casos procesamiento judicial.

### **Negociaciones**

- Los directivos y empleados deben participar en sus negocios de forma ética, siendo justos y correctos en las actividades de mercadotecnia, ventas y comunicaciones con cada cliente y proveedor.

- Evitar totalmente la falsa impresión sobre las características o cualidades de los productos de BRICOCINAS o la competencia.
- Brindar información fiel y precisa a los clientes y proveedores.
- nunca se debe utilizar el soborno comercial. El “soborno comercial” tiene lugar cuando una de las partes promete o entrega un incentivo económico a la otra para inducir a esa persona a actuar de forma indebida. El soborno comercial a menudo resulta en una ventaja comercial indebida a una de las partes y en enriquecer injustamente a la otra.
- Se debe evitar las transacciones comerciales con amigos o familiares cercanos, o con empleados de otras empresas cuyos amigos o familiares cercanos pudieran influir en las posibilidades de negocios.

#### **Uso de la información de la empresa.**

- Todo el empleado en el transcurso de su trabajo puede encontrarse con información privada. La información privada es aquella que no está disponible para el público en general o competencia. Datos confidenciales de producción de mercadeo etc., que da a la empresa BRICOCINAS una ventaja económica y competitiva. Como por ejemplo tarifas ofrecidas a clientes, tecnología en la producción, Información legal, incluyendo datos o información cubierta por un privilegio legal, Información de inteligencia con respecto a la competitividad.
- un manejo adecuado de la empresa de sus activos físicos y su información, protegerá y preservará los activos de la empresa y mantendrá su valor.
- El uso indebido o la divulgación inapropiada de información confidencial e información acerca de personas puede ser causal de sanciones civiles o penales.
- Respete los derechos de las personas en relación con su información personal.
- Sobre la Propiedad intelectual de terceros se debe obtener permisos por escritos para usar derechos de autor, marcas comerciales, etc.

- De ninguna manera se permitirá hacer copias o publicar material protegido por derechos de autor hasta no haber obtenido su respectivo permiso legal.

### **Comunicaciones Estratégicas**

La comunicación generada por los funcionarios de la empresa debe ser totalmente profesional, reflejando siempre la buena imagen que la empresa puede brindar hacia el exterior. Una comunicación efectiva puede incrementar la visibilidad y credibilidad de la empresa mejorando su reputación, logrando una mejor posición en el mercado.

Cuando la empresa se da a conocer por su buena comunicación con sus clientes y proveedores crea una imagen de seguridad haciendo que se predique con el ejemplo.

La comunicación estratégica debe enfatizar en los funcionarios el conocimiento sobre las tendencias de la industria, el dominio sobre cada producto y servicio, así como los cambios y avances de la tecnología, para llevar la vanguardia e ir al ritmo de la civilización, así como la capacidad de resolver problemas de negocios complejos.

Las políticas en este aspecto son:

- Contribuir en el proceso de diseño e implementación del Sistema Integrado de Gestión en los distintos procesos que realiza la empresa con el propósito de cumplir los objetivos institucionales de la empresa
- Diseñar un plan estratégico de comunicaciones, teniendo en cuenta las líneas de acción definidas siguiendo el margen normativo de la empresa
- Establecer una muy buena comunicación entre los clientes internos y externos con el fin de generar un clima apropiado en cada una de las áreas de la empresa
- Una buena comunicación es de gran importancia en el desarrollo e innovación de los proyectos que desee ejecutar la empresa, ya que esto genera confianza y credibilidad

- Debe existir una comunicación asertiva entre nuestros clientes y proveedores, de tal manera que facilite la satisfacción del cliente y el cumplimiento del plan estratégico de la empresa
- Crear una imagen pública favorable que nos diferencie de las demás empresas, proyectando los valores y principios que así la determinan.
- Las distintas metodologías utilizadas para espacios de comunicación radial, deben ser proyectadas de manera respetuosa y clara que impacten siempre de manera positiva en el oyente
- Los desarrollos de las políticas de comunicación de la empresa deben estar siempre direccionadas a proyectar una buena imagen corporativa, implementar estrategias publicitarias acordes al medio y al plan de desarrollo de la empresa
- Cumplir y hacer cumplir las políticas de informática, sobre uso adecuado de recursos informáticos, información y preservación de la misma

### **Cultura, social y religión**

Los empleados deben abstenerse de participar en situaciones políticas como representantes de la empresa si no tiene la respectiva autorización del área administrativa. La empresa no prohíbe a sus funcionarios de la participación democrática siempre y cuando no interrumpan sus labores y sea en el tiempo libre.

Los empleados no deberán ejercer ningún tipo de presión sobre otros empleados para participar en actos políticos o religiosos, ya que esto puede generar malestar en el ambiente de trabajo y se puede ver comprometida la eficacia en la realización de las actividades diarias.

- La cultura organizacional de la empresa BRICOCINAS, se fundamenta en la importancia que se le otorga a cada uno de sus miembros, sean clientes, proveedores y miembros de la organización

- Dentro de los planes estratégicos de la empresa se considera la formación continua de los empleados como una estrategia vital, en el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados y en el mejoramiento de los procesos.
- En nuestra organización el valor primordial es el respeto por la diversidad cultural religiosa, garantizando la integridad física y mental de los empleados.
- Adoptar la autodisciplina y el autocontrol como parte de la cultura corporativa.

Debe existir un compromiso real para cumplir con los más altos estándares de integridad, cuidado y lealtad al bien común en el cumplimiento de los objetivos propuestos por la organización.

### **Marco normativo**

- Todos los empleados deben acatar en todos los casos las leyes a las que se encuentra inmersa la empresa, la normatividad vigente en la realización de los procesos y en el adecuado uso de las herramientas de trabajo.
- Toda conducta inapropiada que afecte el normal desempeño de las funciones o altere el lugar de trabajo, faltando al código de conducta debe ser sancionado de acuerdo a las normas establecidas por la empresa dependiendo de la gravedad de la situación
- Evaluación de los indicadores de cumplimiento del código de conducta de los empleados de la empresa
- Manual de políticas y procedimientos de la Dirección Administrativa y financiera
- Condiciones generales del trabajo para la empresa BRICOCINA
- Reglamento interno de ingreso de la empresa
- Reglamento interno de retiro forzoso empresa

- Protocolo de atención por el incumplimiento al código de conducta empresa

BRICOCINA

- Manual de procesos y procedimientos empresa

### **Recursos Financieros y Decisiones de Inversión Objeto de un Código de Conducta**

*Tabla 5, Recursos financieros, Fuente los autores*

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Consulta a expertos	Son las personas que nos van a asesorar en la revisión del código de ética y conducta.	\$710.000
Papelería	Hace referencia a pale, lápiz y elementos utilizados para elaborar el código, también ingresa impresión, computador, etc.	\$200.000
Asesoría Legal	Hace parte el equipo de profesionales especializados y en formación.	\$540.000
Implementación		\$1'344.960
	<b>TOTAL</b>	<b>\$2'794.600</b>

Fuente: Integrantes del Grupo

## Glosario

- **Competitividad:** Se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijando un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijado una cierta calidad. ( Wilsoft, 2018)
- **Fraude:** Cualquier acto u omisión intencionada, diseñada para engañar a los demás; llevado a cabo por una o más personas con el fin de apropiarse, aprovecharse o, hacerse de un bien ajeno, sea material o intangible, de forma indebida, en perjuicio de otra y generalmente por la falta de conocimiento o malicia del afectado. ( POSTOBON, 2018)
- **Innovación Empresarial:** La innovación empresarial es el motor que mueve el sector económico y permite el crecimiento de los negocios hasta límites insospechados. Sin innovación no hay mejora, y sin mejora no hay propósito de cambio en un ambiente tan competitivo como este. (Emprende Pyme, 2018)
- **Posicionamiento:** El posicionamiento en el mercado de un producto o servicio es la manera en la que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia. (Gerencie.com, 2017)
- **Proveedores:** Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. (Debitoor, 2018)
- **Responsabilidad Social:** La Responsabilidad Social Individual es la conducta ética del ciudadano para consigo mismo y con su entorno, y va mucho más allá del cumplimiento de las obligaciones legales, está relacionada con nuestra actitud en el hogar, con nosotros mismos, con nuestra familia, con nuestros amigos, con el ambiente, con el trabajo, con nuestros vecinos y con la sociedad. (Asociación Española para la Calidad, 2018)

- **Soborno:** Es el acto de dar, ofrecer, prometer, solicitar o recibir cualquier dádiva o cosa de valor a cambio de un beneficio o cualquier otra contraprestación, o a cambio de realizar u omitir un acto inherente a una función pública o privada, con independencia de que la oferta, promesa, o solicitud es para uno mismo o para un tercero, o en nombre de esa persona o en nombre de un tercero. (Osvaldo, 2016)
- **Trato Equitativo.** Un trato equitativo significa que todos los ciudadanos, en cualquier parte del país, tengan acceso a servicios similares. (Emprende Pyme, 2018)

## **Stakeholders**

### **Descripción de los Stakeholder**

#### **Partes interesadas internas:**

##### **Empleados.**

Pertenecientes al área operativa de la empresa, son quienes desarrollan los productos que estarán disponibles para la venta. Están conformados por un jefe de producción, encargado de supervisar la ejecución de las labores de sus operarios y que se esté arrollando el producto en los tiempos establecidos y con la calidad esperada y operarios, quienes son los encargados de la elaboración de los muebles.

##### **Área administrativa.**

Conformada por el gerente, secretaria de gerencia, contador y jefe de RH, quienes son los encargados de realizar propuestas de direccionamiento estratégico que permitan la consecución de los objetivos organizacionales, controlan los costos y gastos de producción y analizan la rentabilidad que está generando la empresa, así mismo supervisan que los empleados cuenten con condiciones óptimas de trabajo y se sientan en armonía para que así mismo ejecuten sus actividades con eficiencia y eficacia.

### **Propietarios y accionistas**

son los encargados de las relaciones públicas, es decir, de conseguir la expansión de la empresa, logrando relacionarse con otras entidades que permitan abrir puertas en otros lugares y puedan lograr nuevos negocios.

### **Partes interesadas externas**

#### **Proveedores**

Son quienes proveen a la empresa de la materia prima necesaria para la elaboración del producto final. Encontramos algunos proveedores ubicados en el municipio de Dosquebradas, como metales y Maderas, C&G arte y decoración y Oben.

#### **Sociedad**

Podemos mencionar en este campo a la competencia, quienes desarrollan con similitud el objeto social al de Bricocinas, por ejemplo, creaciones la nueva Era, Muebles Isabella, Compumuebles, IBG, Muebles BL, etc.

#### **Gobierno**

Tiene relación indirecta con la empresa porque es a quienes se deben pagar los impuestos fruto de la ejecución de la actividad social de Bricocinas, en este caso sería solo el gobierno colombiano, ya que la organización no cuenta con más sedes en el exterior.

#### **Acreedores**

Son aquellos que proporcionan sus bienes o servicios para el desarrollo de la actividad pero que no tienen ninguna relación como tal con el objeto social de la empresa. Mencionamos entonces aquellos que dentro del local comercial prestan sus servicios de agua, luz, telefonía, etc., que si bien es cierto son necesarios para la fabricación de los muebles, no manejan relación con su objeto social. Podemos mencionar allí a la Empresa de energía, Aguas y aguas y Une.

## Cientes

Son la razón de ser de la organización. Los clientes son quienes le dan sentido y razón de ser a la empresa, pues son los que realizan las compras de los muebles y le generan rentabilidad a la organización.

### Mapa Genérico Seleccionado



Ilustración 2. Mapa Genérico Stakeholder 1. fuente los autores

## Propietarios

Estas personas son las directamente afectadas o beneficiadas con el desempeño de la empresa ya que son quienes invierten y fijan un capital económico para hacer posible su funcionamiento. Lo cual genera el mayor compromiso entre todas las relaciones que definiremos.

### **Directivas**

Son las personas que ostentan un grado alto de responsabilidad en el desarrollo de la empresa y están al frente de las tareas ejecutivas que esta necesita. Se encargan adicionalmente de mantener las relaciones externas de la empresa. Aunque no tienen su capital comprometido si pueden obtener grandes beneficios por el buen desempeño y gestión empresarial.

### **Planta de Personal**

Son todos los colaboradores que hacen parte de la nómina de la empresa y que deben por el funcionamiento de ella, esta situación les genera interés por el buen desarrollo de la compañía lo cual los debe motivar a tener un buen desempeño.

### **Personal Contratista**

Son el conjunto de colaboradores que prestan algún tipo de servicio a la empresa de manera externa, instalaciones especializadas, transporte de materiales y que contratan directamente con la empresa y se mantiene una relación contractual ocasional por servicios prestados. También tienen interés en el sostenimiento de la empresa ya que se convierte en una opción generadora de ingresos.

### **Relaciones Externas**

#### **Clientes**

Son todas las personas naturales o jurídicas que adquieren los productos de Bricocinas con los cuales se procura mantener una relación cordial respaldada por la garantía y el buen servicio, es reciproca cuando el cliente procura también estar en contacto en caso de requerir de dicha garantía o para renovar o acceder a más productos.

#### **Proveedores**

Existe una relación de beneficio económico, confianza y calidad de ambas partes, ya que la empresa se sirve de los insumos para la fabricación de los productos y es un cliente para su proveedor. Una buena relación en los dos sentidos puede facilitar el comercio de los insumos y generar condiciones

de compra más favorables para la empresa y un cliente de calidad para el proveedor. En algunos casos se pueden lograr plazos para el pago de los insumos.

### **Competencia**

Nunca hay que perderla de vista y como el nombre lo indica la relación es básicamente de competición por el mercado y los clientes potenciales y propios. En esta relación se deben mantener parámetros de observancia que le permitan a Bricocinas no solo por su iniciativa propia sino por lo que pueda evidenciar en el comercio externo mantener procesos innovadores, de calidad y definir claramente cuál es su mercado objetivo dependiendo del enfoque que tenga frente a dicha competencia existente.

### **Entidades Financieras**

Para las entidades financieras somos un cliente y ven en nosotros una oportunidad de vender sus servicios y para Bricocinas son una herramienta financiera para el apalancamiento, puede ser una relación beneficiosa para ambas partes sin embargo deben definirse muy bien los proyectos de inversión que se requieran para evitar un endeudamiento negativo. Adicionalmente existen otra serie de parámetros a tener en cuenta con estas entidades de donde se desprende la siguiente relación.

### **Entidades de Gobierno**

Son todas las entidades públicas que afectan de manera directa o indirecta a la empresa y que deben tenerse siempre presentes, podemos enumerar varias de ellas.

La Entidad territorial en la que esta domiciliada la empresa a la cual debemos pagar los impuestos de industria y comercio y demás impuestos locales que estén establecidos.

Las entidades nacionales encargadas del recaudo de impuestos como el IVA y la renta entre otros que es la DIAN, las entidades como la superintendencia de industria y comercio que regula el ejercicio comercial, las cámaras de comercio, El Banco de la republica que fija las tasas de interés que manejan las entidades crediticias y así muchas otras instancias cuyas decisiones afectan el cumplimiento de nuestros propósitos como empresa.

## La Comunidad

Son todas las personas habitantes del municipio de residencia de la empresa y pueden ser los vecinos con los cuales se debe tener una buena relación de convivencia o pueden ser todos los habitantes que son finalmente potenciales clientes. Desde cualquiera de los dos puntos de vista se debe procurar la mejor relación.

## Matriz de Relaciones

Presentamos a continuación la matriz de relaciones presentada por cada una de las compañeras del grupo.



Ilustración 3 matriz de Relaciones fuente los autores

. Análisis: el primer grupo a destacar es el de los empleados de Bricocinas, debido a que, si la empresa cuenta con una estructura laboral de acuerdo a su producción, podrá tener una carga laboral sostenible. Dado que el equipo humano lleva a los clientes destacados productos de cocina, mediante sus procesos de producción y ventas.

Por otro lado, la empresa Bricocinas ofrece a sus empleados su remuneración y afiliaciones legales. Esto de parte de la parte de la empresa les garantiza a sus empleados garantía y mejor calidad de vida.

Directivos y propietarios: esta empresa Bricocinas cuenta con una característica especial, y es su visión. Tener en sus productos de cocina calidad y autenticidad, no se es conformista de alguna manera se lleva la empresa hacia adelante usando diferentes herramientas para sostener la empresa en el mercado, por medio del diseño de nuevos productos, innovación, mejoras, todo de acuerdo a la necesidad y satisfacción del cliente. Dándole un lugar más importante sobre la competencia y muchos beneficios económicos.

Cliente: se constituye en uno de los elementos más importante de la empresa, debido a que se trabaja día a día por satisfacer su demanda y necesidad. Los propietarios, directivos y empleados se proponen en mirar sus estrategias hacia la satisfacción del cliente llevando calidad en sus productos.

### Matriz de Relaciones

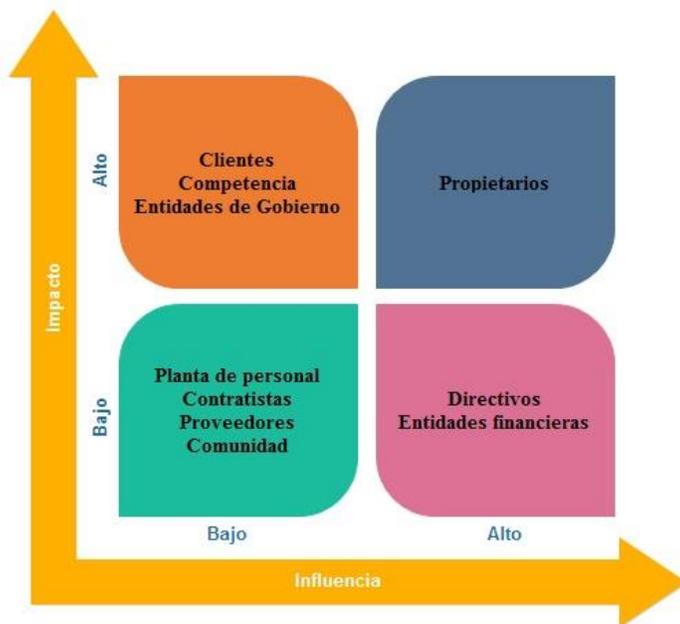


Ilustración 3. Matriz de Relaciones 3. Fuente los autores

Es importante que la empresa Bricocinas:

- perciba el valor de sus clientes.
- asuma un compromiso con la calidad de los productos.
- Reaccione de una manera correcta frente a las amenazas y oportunidades que presenta la competencia.

Comunidad: la empresa necesita conocer que quiere, entender el idioma de la comunidad, es necesario hacer sentir a comunidad como parte de la compañía identificando las necesidades y prioridades con el fin que generan satisfacción. Ya que la empresa Bricocinas con sus productos y lugares de venta tiene que ver con ella.

proveedores: es un eslabón muy importante en la empresa Bricocinas, es la que abastece la empresa y su influencia sobre la empresa es alta debido a que puede generar crecimiento o estancamiento. Es un sector en el cual necesita manejar los riesgos que se generan en los acuerdos comerciales.

Se componen de proveedores pequeños que se convierten en fieles y comprensivos. Como también los proveedores medianos que también son fieles pero llenos de una visión por perdurar en el tiempo.

Algunos proveedores han estado con la empresa Bricocinas desde sus inicios lo cual genera un componente de confianza.

## Plan de Responsabilidad Social Empresarial

*Tabla 6 plan de Responsabilidad Social ; fuente los autores*

<b>PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EMPRESA BRICOCINAS</b>							
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
		Identificar los mejores proveedores que cumplan los estándares de calidad, que ofrezcan mejores precios y entrega efectiva	Analizar la información teniendo en cuenta los aspectos de precio +calidad+ entrega efectiva	2 semanas	Computadores, personal para realizar las revisiones, teléfonos,	(# cotizaciones recibidas/# mejores precios) * 100%  3*100/5=60	Entrega de los listados de los mejores proveedores por medio de cuadros comparativos
<b>Económica</b>	Proveedores	Establecer pagos oportunos en plazos establecidos para evitar afectaciones en las relaciones comerciales con los aliados a Bricocinas	Comunicación efectiva con el área de contabilidad y cartera sobre la importancia del pago a tiempo a los proveedores	1 mes	Sala de capacitación, acta de compromiso y manual de procedimiento.	<i>total facturas vencidas</i> <hr/> <i>total facturas mes</i>	Se realizara mensualmente el certificado de asistencia y acta de compromiso.
	Funcionarios	Capacitación a los empleados en manejo de servicio al cliente, ventas y sistemas operativos de la empresa.	Establecer capacitaciones de gran interés por los funcionarios de la empresa, garantizando el rendimiento en la organización	1 semana	Sala de capacitación, proyector, computador, entrenadores, sillas	Número de empleados capacitados/ número total de empleados ( buscar el 95% de los empleados capacitados)	Se realizará seguimiento mensual.

<b>Social</b>	Competidores	Analizar los diseños de la competencia estableciendo tecnología, nuevos modelos, nuevas técnicas para avanzar en innovación	Realizar un permanente análisis de la competencia para no incurrir en ambigüedades	1 semana	Equipos de cómputo, recurso humano	(# de páginas analizadas/ # de contenidos atractivos) *100 6*100/12=50%	Verificación de cocinas atractivas y entrega de informes del mismo al departamento de producción
	Clientes	Incrementar la satisfacción del cliente, mejorando la comunicación y atención de los usuarios.	Desarrollar campañas de información y ampliar los medios de comunicación utilizados con los clientes	3 meses	Técnico Tecnológico humano	$\frac{\text{usuarios satisfechos}}{\text{total de los usuarios}}$	Seguimiento semanal
	Empleados	Implementar el programa de seguridad y salud en el trabajo	Realizar capacitaciones donde se informe a los empleados sobre el programa de seguridad y salud en el trabajo	6 meses	Humanos Físicos Tecnológicos técnicos	Empleados que reciben la capacitación/total de empleados de la empresa	Mensual, verificar asistencia y temas hablados en la capacitación
	Clientes	Manejar menor tiempo de respuesta en cotizaciones	Asignar un vendedor para que se haga cargo de las cotizaciones y montaje de boceto de la cocina en dimensión 3D para que los clientes se hagan a una idea de cómo quedara la cocina.	1 día	Computador, papelería, recurso humano	(# de cotizaciones/ # de ventas) *100% 20*100/35=57%	Llamadas de seguimiento de las cotizaciones realizadas.

<b>Ambiental</b>	Comunidad	sensibilización, capacitación y participación, encaminada principalmente a temáticas sobre residuos sólidos, basura reciclaje, reutilización, residuos sólidos, aprovechables y otra serie de conceptos sobre el impacto al medio ambiente	Concientizar a la comunidad sobre el cuidado del medio ambiente, realizando buena disposición de los recursos sólidos, generando un mejor entorno social y ambiental	3 mes	Papelería, computador, impresora, capacitadores	#de habitantes capacitados/# de habitantes ( buscar capacitar el 810% de la comunidad)	Seguimiento trimestral.
	Accionistas o propietarios	Implementar un sistema de clasificación de residuos en toda la compañía, con el propósito de minimizar en el impacto ambiental generado y contribuir en el desarrollo sostenible	Realizar campañas con todo el personal en donde se promueva la cultura de reducir, reciclar y reutilizar.	6 meses	Área de salud, ambiente y seguridad, materiales para la implementación y área de compras.	$\frac{\text{No. material recuperado}}{\text{No. material desechado}}$	Semanal: Registros fotográficos de las actividades e implementación y certificado de asistencia.

Fuente: Yolima García Cardona

Tabla 7. Plan de Comunicaciones BRICOCINAS

Plan de comunicaciones			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
<b>Económica</b>	Departamento operativo	semestral	En persona
	proveedores	mensual	Correo electrónico
<b>Social</b>	funcionarios	mensual	Personal y correo
	Departamento comercial	semanal	Personal y correo
	empleados	semanal	Personal y correo
<b>Ambiental</b>	clientes	Diario	Correo electrónico y telefónico
	competidores	semanal	Correo electrónico
	comunidad	semanal	En persona, perifoneo
	Accionistas y propietarios	Diario	Correo electrónico

Fuente: Yolima Garcia Cardona

### Modelo recomendado: Global Reporting Initiative (GRI)

El modelo de gestión que más se ajusta al plan de responsabilidad social es el **Global Reporting Initiative** pues este modelo se basa en los tres pilares de la sostenibilidad tales como: economía, medio ambiente y sociedad, puesto que este modelo está integrando a organizaciones de todo el mundo.

La importancia de este modelo es que es uno de los más utilizados a nivel mundial para informar los impactos económicos, sociales y ambientales de las empresas, dejando claro la contribución positiva o negativa en el desarrollo sostenible.

El GRI es un proceso multistakeholder de carácter independiente que tiene como finalidad desarrollar y difundir una guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad y tiene como objetivo establecer estándares de informes homogéneos y comparables, por medio de la elaboración y la divulgación de directrices de informes de sostenibilidad reconocidas en todo el mundo.

Para aplicarlo a nuestro plan de responsabilidad social debemos de tener presente las memorias elaboradas, teniendo en cuenta en buscar la mejor opción que se adapte a nuestra organización, seguido debemos de explicar cómo llegamos a la conclusión de la identificación de los aspectos más relevantes en función de la actividad económica de la empresa y cuáles son los actores que intervienen

Debemos tener claro cuáles y como se producen estos impactos y cuáles son las actividades y seguimientos para controlarlos. Igualmente se debe obtener datos e indicadores de seguimiento para facilitar toda la consulta de información cuando sea necesario.

Adicionalmente este modelo de gestión nos ayuda para comprender el impacto económico, social y ambiental de las actividades desarrolladas en la empresa, reúne a los grupos de interés para analizar este impacto, especifica los aspectos e indicadores más importantes en cuanto a las aportaciones realizadas por la empresa, ayuda a fijar los objetivos y supervisar los resultados

## Conclusiones

Se elaboró durante el desarrollo del curso de profundización el plan de responsabilidad social empresarial, a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales generados por la empresa BRICOCINAS, donde incluirá diferentes estrategias de solución o mitigación de estos, que al ser adoptados aportará valor a la organización.

Se identificó que Bricocinas como es una empresa pequeña y no cuenta con una estructura definida en la parte gerencial y mercadeo, puede lograr un posicionamiento dentro del mercado de cocinas integrales en los diferentes estratos ya que por su costo no es accesible a los estratos bajos con ello permitirá abarcar todo un mercado global.

Se construyó un plan de responsabilidad social empresarial (RES) para la empresa Bricocinas, como eje fundamental para evaluación del desempeño económico, social y ambiental de la organización.

El mapa genérico de los Stakeholders nos permitió identificar aquellos factores internos y externos que son influyentes en la empresa, y que son de vital importancia para el funcionamiento de ésta, el cual incluye una serie de estrategias que la empresa adopta con el fin de obtener el mayor beneficio de cada uno de ellos.

La matriz de relaciones nos permitió identificar en un rango de importancia aquellos factores que son influyentes y que generan un impacto en la empresa en mayor y menor grado, con el fin de que la empresa pueda identificar aquellos factores que son de mayor influencia y se generen estrategias que le permitan mejorar su situación actual y pueda empezar a realizar proyecciones para obtener el mayor beneficio posible.

## Bibliografía

- Wilsoft. (12 de 01 de 2018). *Wilsoft-la*. Obtenido de <http://www.wilsoft-la.com/la-competitividad-empresarial/>
- Asociación Española para la Calidad. (16 de junio de 2016). *www.esan.edu.pe*. Obtenido de [https://www.aec.es/c/document\\_library/get\\_file?uuid=aea7ae71-6b3b-48f6-b6cc-9eed4d8b6bea&groupId=10128](https://www.aec.es/c/document_library/get_file?uuid=aea7ae71-6b3b-48f6-b6cc-9eed4d8b6bea&groupId=10128)
- Asociación Española para la Calidad. (20 de Abril de 2018). *QAEC*. Obtenido de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/responsabilidad-social-individual>
- CONEXIÓNESAN. (14 de junio de 2016). *www.esan.edu.pe*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/normas-y-certificaciones-de-responsabilidad-social/>
- DACASA LOPEZ, E. (s.f.). *SOBRE LA ÉTICA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*.
- DE LA CRUZ DÍAZ, C., & FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, J. (2016). *Conceptual Framework of Ethics and Corporate Social Responsibility: an Anthropological and Strategic Approach*.
- DE PAULA, G., FERRAZ, J., & NUÑES, G. (2006). *Gobernabilidad Corporativa, Responsabilidad Social, Y estrategias Empresariales En America Latina*. Colombia.
- Debitoor. (20 de 04 de 2018). *Debitoor.es*. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-proveedor>
- Emprende Pyme. (20 de Abril de 2018). *EmprendePyme.Net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/innovacion>
- Forética. (18 de Abril de 2018). *foretica.org*. Obtenido de <http://foretica.org/tematicas/sge-21/>

Gerencie.com. (5 de Noviembre de 2017). *Gerencie.com*. Obtenido de

<https://www.gerencie.com/posicionamiento-en-el-mercado.html>

Google, D. (20 de 04 de 2018). *Trato Equitativo*. Obtenido de

[https://docs.google.com/document/d/1XkVocEesMbQ0w5o\\_ibB7jyJ2seRRZeMQyBtQh9Yo2aQ/edit](https://docs.google.com/document/d/1XkVocEesMbQ0w5o_ibB7jyJ2seRRZeMQyBtQh9Yo2aQ/edit)

Oswaldo, A. (2016). La utilidad del concepto de corrupción de cara a la delimitación de la conducta típica en el delito de cohecho. En O. ARTAZA Varela. Talca.

POSTOBON. (19 de 04 de 2018). *WWW.POSTOBON.COM*. Obtenido de

[http://www.postobon.com/sites/default/files/programa\\_de\\_transparencia\\_y\\_etica\\_empresarial.pdf](http://www.postobon.com/sites/default/files/programa_de_transparencia_y_etica_empresarial.pdf)

Solano Santos, L. F. (2008). *Fundamentación lógico-formal de la responsabilidad social corporativa*.

Obtenido de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.10232433&lang=es&site=eds-live>

tiempo, e. (06 de 2018). Obtenido de [www.el tiempo.com](http://www.el tiempo.com)

## **Anexos**

<https://www.powtoon.com/c/cvCj1ssUJvh/1/m>