

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
TEDMAQ S.A.S**

**YULI YIMENA RUEDA TÉLLEZ  
PATRICIA EUGENIA BARRERA  
EDWIN FERNANDO JIMÉNEZ  
MARÍA MERCEDES VALENCIA**

**UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE  
NEGOCIOS - ECACEN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
DICIEMBRE DE 2018**

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
TEDMAQ S.A.S**

**GRUPO 101008\_25**

**PRESENTADO POR:**

**YULI YIMENA RUEDA TÉLLEZ CÓD. 52.860.075  
PATRICIA EUGENIA BARRERA CÓD.1.012.338.860  
EDWIN FERNANDO JIMÉNEZ CÓD. 88.031.453  
MARÍA MERCEDES VALENCIA CÓD. 1.112.220.441**

**TUTOR**

**OSCAR MAURICIO TEJADA DURAN**

**UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE  
NEGOCIOS - ECACEN.  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
DICIEMBRE DE 2018**

## Tabla de contenido

RESUMEN .....	7
PALABRAS CLAVES .....	7
ABSTRAC .....	8
KEY WORDS .....	8
INTRODUCCIÓN .....	9
2. Objetivos .....	11
2.1. Objetivo General .....	11
2.2. Objetivos Específicos .....	11
3. Propuesta plan de responsabilidad social y empresarial para la empresa TEDMAQ S.A.S .....	12
3.1. Direccionamiento Estratégico (Misión, Visión, Valores) .....	12
3.1.1. MISIÓN: .....	12
3.1.2. VISIÓN: .....	13
3.1.3. VALORES: .....	13
4. Formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada .....	14
5. Justificación .....	16
6. Código de conducta .....	17
6.1. Modelo Gerencial Seleccionado .....	18
6.2. Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta .....	19
6.3. Código de Conducta de la Empresa TEDMAQ S.A.S. ....	20
6.3.1. Confidencialidad Empresarial .....	20
6.3.2. Conflicto de Interés .....	21
6.3.3. Conducta Interna .....	22
6.3.4. Favores comerciales .....	22
6.3.5. Contravenciones .....	23

6.3.6. Negociaciones .....	23
6.3.7. Uso de la información de la Empresa.....	24
6.3.8. Comunicaciones Estratégicas .....	25
6.3.9. Cultura Social y Empresarial.....	25
6.4. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta .....	26
7. GLOSARIO.....	28
8. Stakeholders .....	31
8.1. Breve Descripción sobre los Stakeholders .....	32
8.1.1. Internos.....	32
8.1.2. Externos.....	32
8.2. Matriz de Influencia/Impacto .....	33
9. Plan de responsabilidad social empresarial .....	35
9.1. El Plan de Responsabilidad Social Empresarial de la Empresa TEDMAQ S.A.....	35
9.2. Plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholders) tanto internos como externos .....	41
9.3. Recomendación del modelo de informe RSE .....	41
10. Conclusiones .....	43
11. Bibliografía.....	45
12. Anexos.....	48

**Lista de Tablas**

Tabla 1, Empresa Seleccionada TEDMAQ S.A.S .....	12
Tabla 2, Evaluación Impacto Empresa TEDMAQ S.A.S .....	14
Tabla 3, Modelo Gerencial.....	18
Tabla 4, Recursos Financieros .....	27
Tabla 5, Plan De Responsabilidad Social Empresarial Empresa TEDMAQ S.A. ....	35
Tabla 6, Plan De Comunicaciones .....	41

## Lista de Imágenes

Imagen 1, Stakeholders Empresa TEDMAQ S.A.S.....	31
Imagen 2: Matriz de Influencia/Impacto .....	33

## **RESUMEN**

Se presenta una propuesta para la empresa TEDMAQ S.A.S. sobre el plan de responsabilidad social y empresarial, donde se elabora el código de conducta y se identifican los Stakeholders, que se ven involucrados en la organización.

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

El plan de responsabilidad social empresarial que se desea implementar en la empresa TEDMAQ S.A.S, están basados en todos los aportes e investigaciones que se realizaron durante el curso Diplomado de profundización en gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial de la UNAD.

Dentro de los aportes e investigaciones encontramos aspectos relevantes para la empresa TEDMAQ S.A.S. los cuales le permitirán dar el valor a su marca e implementar la fidelización que requiere no solo a sus clientes internos sino también a sus consumidores.

La empresa TEDMAQ S.A.S. al implementar este plan de responsabilidad social empresarial, se ubicará en un nivel superior ya que puede contar con las estrategias necesarias para ejecutar de manera óptima todos sus procesos en cada una de las áreas.

## **PALABRAS CLAVES**

Responsabilidad social empresarial, Stakeholders, Código de Conducta., Clientes, Medio Ambiente,

## **ABSTRAC**

In this work we find the proposal that is made to the company Tedmaq S.A.S about the corporate and social responsibility plan, where the elaboration of the code of conduct is developed and the stakeholders are identified, who are involved in the organization.

Also within, this document we can find topics that are of great importance for organizations in terms of social responsibility, it is intended that this serves as a basis for the implementation and realization in Tedmaq S.A.S, since for this is a totally new.

The corporate social responsibility plan that you want to implement in the company Tedmaq S.A.S. is based on all contributions and Research that were carried out during the Diploma course in strategic management and corporate social Responsibility of UNAD.

Within these contributions and research we find relevant aspects for the company Tedmaq S.A.S., which will allow you to give value to your brand and implement the loyalty that you require not only for your internal customers but also your consumers.

The company Tedmaq S.A.S. by implementing this corporate social responsibility plan, it will be located at a higher level since it optimizes all its processes in each of the areas of the company.

## **KEY WORDS**

Social and business responsibility plan, Stakeholders, conduct code, customers, Environment.



## INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo el grupo colaborativo propone la empresa TEDMAQ S.A.S. con su respectivo direccionamiento estratégico, y se justifica la importancia de la elaboración de un plan de responsabilidad social y empresarial, para esto se elabora:

En la fase 2 se determina el Código de conducta que se aplicara a la empresa TEDMAQ S.A.S. Teniendo en cuenta que el código de conducta dentro de la organización es una herramienta de gestión, que debe ser propuesta por las altas directivas, basado en los valores corporativos, que busca establecer normas determinadas para mejorar las actividades y conductas específicas que deben ser incitados o abolidos en una empresa o persona. (Responsabilidad social corporativa, s.f.).

El modelo gerencial Calidad Total es una estrategia de misión encaminada a buscar la perfección en los procesos organizacionales y conlleva a buscar la satisfacción del cliente tanto en la calidad de los bienes, y/o servicios que se brindan sin olvidar el entorno social e interno de las compañías refiriéndose esto a propender por no causar daños al medio ambiente ni a la comunidad y a tener un recurso humano satisfecho para obtener así mejores resultados desde el inicio y hasta el final en un ciclo económico en donde se vea reflejado unas ventas optimas, unos gastos minimizados y en unos ingresos solidos que permitan que la compañía se mantenga y se posicione en el mercado según sus ambiciones.

De igual manera se determinó la diferencia entre el Marketing Social y el Marketing Corporativo el primero apunta al interés social (cultura, ayuda al desarrollo, investigación sobre una determinada enfermedad, protección del medio, etc.), y el segundo apunta al mejoramiento de la marca o imagen de la empresa dándole la importancia a la percepción que los consumidores o clientes tienen de ellos por sus buenas acciones, creando así una ventaja competitiva en el mercado.

Sabemos que los grupos de interés son indispensables para el éxito de la empresa, por lo cual toda empresa debe tenerlos articulados a las estrategias organizacionales. La teoría de los Stakeholders aplicada a la empresa es cuestión de todos los que intervienen en ella, por eso el bien

común debe ser de mayor importancia que el bien personal, y todos deben tener los mismos beneficios y dificultades para contribuir al logro de los objetivos organizacionales.

La matriz de influencia e impacto agrupa a los stakeholders (interesados) basándose en 2 componentes: la influencia, la cual determina la participación en el proyecto (organización); y el impacto, el cual es la capacidad de efectuar cambios a la ejecución o planificación del proyecto.

## 2. Objetivos

### 2.1. Objetivo General

Realizar la propuesta para la aplicación del plan de responsabilidad social para la empresa TEDMAQ S.A.S, con el fin de mejorar las dimensiones económicas, sociales y ambientales de la empresa.

### 2.2. Objetivos Específicos

- ✚ Elaborar el Código de Conducta para Empresa TEDMAQ S.A.S basados en las guías e iniciativas mundiales que facilitan la construcción de este, teniendo en cuenta los recursos financieros que asignaran la empresa para la realización del código.
- ✚ Proponer un mapa genérico de los Stakeholders para la empresa TEDMAQ S.A.S.
- ✚ Desarrollar la matriz de relaciones (influencia vs. Impacto), a partir de los Stakeholders
- ✚ Plantear las alternativas y estrategias que se van a cumplir en el Plan de Responsabilidad Social TEDMAQ S.A.S
- ✚ Realizar el Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders) tanto internos como externos

### 3. Propuesta plan de responsabilidad social y empresarial para la empresa TEDMAQ S.A.S

Tabla 1, Empresa Seleccionada TEDMAQ S.A.S

TEDMAQ S.A.S	
<b>Razón Social:</b>	Tecnología y Diseño de maquinaria para alimentos
<b>Nit.</b>	900.517.379-0
<b>Dirección:</b>	Carrera 69 C No. 36 – 46 Sur
<b>Ciudad:</b>	Bogotá

**Tabla 1,** Para la realización de la actividad, se escogió la empresa TEDMAQ S.A.S con el fin de contribuir con la aplicación del Plan de Responsabilidad Social en aras de contribuir con su desarrollo social y sostenibilidad en el mercado actual. Fuente: Los Autores. .

**TEDMAQ S.A.S** es una empresa que nació en el año 1984 por un dúo de ingenieros que aunaron sus conocimientos para desarrollar de manera eficaz y competitiva Maquinaria y equipos tecnológicos para la industria de alimentos, especialmente en el sector cárnico.

Dispone de una planta de fabricación propia, ubicada en Colombia en la ciudad de Bogotá, contamos con una amplia gama de productos diseñados y fabricados de acuerdo con las necesidades del cliente; así mismo, garantizamos la eficacia y rendimiento que cada planta necesita.

La innovación, evolución constante y la efectividad junto con la satisfacción de nuestros clientes es nuestra política empresarial, todo ello enfocado al crecimiento sostenible de la industria alimentaria.

#### 3.1. Direccionamiento Estratégico (Misión, Visión, Valores)

##### 3.1.1. MISIÓN:

Garantizar la precisa selección de tecnología y equipos, diseñando y comercializando, maquinaria y accesorios para plantas de alimentos con excelente calidad y tecnología de punta,

fabricados por un grupo humano capacitado, motivado y comprometido; en alianza con los proveedores y los clientes.

### **3.1.2. VISIÓN:**

En el 2020 Consolidarnos como una empresa colombiana líder en innovación y fabricación de maquinaria para procesos de alimentos, ampliando nuestro mercado a nivel latinoamericano.

### **3.1.3. VALORES:**

**Respeto:** Valorar y apreciar a todos los integrantes de la empresa internos y externos, teniendo en cuenta los límites que tenemos con relación a las otras personas.

**Trabajo en equipo:** Los empleados de la empresa realizamos nuestro trabajo de manera mancomunada, que tiene como resultado el total engranaje de los procesos.

**Honestidad:** La empresa TEDMAQ S.A.S trabaja de manera recta, honorable y siempre cumplidora de sus deberes de una manera transparente.

**Servicio al cliente:** Nos Comprometemos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes ofreciéndoles bienes y servicios y a continuar invirtiendo en el mejoramiento de los procesos que nos lleven a prestar un excelente servicio.

**Responsabilidad:** Trabajamos de manera íntegra y cumplida teniendo en cuenta las personas y condiciones de trabajo, y dando cumplimiento de cada uno de los procesos.

**Compromiso:** Para TEDMAQ S.A.S. es importante el compromiso con el cliente, el recurso humano y el medio ambiente, es por esto por lo que la empresa trabaja día a día por mantener las buenas relaciones con estos factores para lograr así una armonía y posicionarnos en el mercado.

#### 4. Formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada

Tabla 2, Evaluación Impacto Empresa TEDMAQ S.A.S

FORMATO DE EVALUACIÓN IMPACTO EMPRESA TEDMAQ S.A.S			
Dimensión	Problema	Impacto	Prioridad atención (alta, media, baja)
<b>Interno:</b>			
Económico	Retraso en los pagos a los proveedores por lo cual estos se demoran en traer las materias primas, y los trabajadores pierden tiempo al no tener con que trabajar, también hay retrasos en los pagos a los empleados lo que genera inconformidad y retrasa los procesos generando demoras en la entrega del producto final al cliente.	Negativo	Alta
	Falta de un diagrama de procedimientos, la mala planificación ha desembocado en un Exceso de horas extras.		
<b>Externa:</b>			
	La competencia se está abriendo mercado y se encuentra mejor posesionada al dar mejores precios y mayor cumplimiento a los clientes.		
	La productividad disminuye, los gastos operacionales aumentan.		
<b>Interno:</b>			
Social	El servicio post venta no existe, el cliente ya está molesto y desmotivado por la demora en las entregas toda vez que no hay buena comunicación entre la parte operativa y la parte administrativa de la empresa.	Negativo	Media
	Atraso en las entregas previstas, implementar la evaluación de los puestos de trabajo.		

**Externo:**

La producción de las empresas clientes se está viendo afectada por las demoras en las entregas, además de esto el sector donde se encuentra la empresa es de difícil acceso y la inseguridad va en aumento en la zona.

Acciones legales por incumplimiento en los tiempos previstos de entrega

**Interno:**

La falta de cultura por parte de los empleados en la disposición de los desechos hace que no se cumpla con las normas ambientales establecidas, además de esto algunas máquinas llegan con producto en alto estado de descomposición generando malos olores y malestar en los empleados que reciben.

Ambiental

No se cuenta con un área donde se manejen los residuos, no se tiene un control en la generación de ruido y esto ocasiona accidentes, y/o enfermedades a los trabajadores, existe incumplimiento de las normas de reciclaje.

Negativo

Media

La empresa no cuenta con un manual del sistema de gestión ambiental que le permita conocer los procedimientos a seguir para mejorar el impacto ambiental.

Falta de Capacitaciones sobre la disposición final de los residuos y la responsabilidad social.

**Externo:**

No hay seguimiento ni control de las autoridades frente a la asepsia que deberían tener las empresas que procesan alimentos, así mismo la empresa no debería permitir que llegaran las máquinas en ese estado de contaminación ya que esto se puede prestar para que lleguen plagas de roedores, moscas u otros animales.

Implementar campañas con los jóvenes (de la empresa y de la comunidad en general) de reforestación para contrarrestar los daños causados por los cambios climáticos.

Invitar a otras empresas para que se incluyan en la causa, en búsqueda de ayudar al medio ambiente.

---

*Tabla 2*, El Formato De Evaluación Impacto Empresa medir el impacto de las problemáticas que se plantean internas y externas en las diferentes áreas como las que están planteadas: económica, social y ambiental. Fuente: Los Autores.

## 5. Justificación

Teniendo en cuenta la evaluación de desempeño que le realizamos a la empresa TEDMAQ S.A.S podemos decir que encontramos inconformidades en todas las áreas sin embargo podemos destacar que sin embargo podemos destacar que la más afectada es la económica por lo cual se postula como las más oprimida para la elaboración de un plan de responsabilidad social empresarial ya que estos aspectos atacan directamente muchas partes de la empresa, todos sabemos que para que una empresa tenga buenos procesos se debe contar con un buen ambiente laboral pues los empleados conformes realizan bien su trabajo y la producción no se retrasa, en esto podemos destacar que así como los empleados son importantes la razón de la empresa son los clientes un cliente conforme es un cliente seguro, entonces al incumplirle a los clientes estamos afectando otras dimensión como la social.

TEDMAQ S.A.S. En este momento es una empresa financieramente sustentable y muy bien ubicada en el sector industrial, sin embargo, no cuenta con una solvencia económica muy grande lo que quiere decir que su crecimiento se ha visto estancado, ya que su producción no supe la demanda del mercado.

Es una empresa que cuenta con vasta experiencia en su sector, pero al mismo tiempo se observa un estancamiento a nivel competitivo ya que hoy por hoy se hace necesario concientizar al empresario de la importancia de la responsabilidad social empresarial, toda vez que el mercado



cada vez se hace más competido y el no estar a la vanguardia afecta a tal punto de que en algún momento se verá afectada.

Elaborar un plan de responsabilidad social empresarial se hace necesario ya que se vuelve indispensable para la empresa implementar normas que permitan el crecimiento sustentable, una buena relación con la comunidad empresarial y no empresarial y trabajar protegiendo el medio ambiente de manera adecuada.

Inicialmente el plan de responsabilidad social empresarial estaría destinado a beneficiar a las personas que habitan a los alrededores y calles continuas a la empresa, a los trabajadores, a la alta dirección y sobre todo a la compañía en sí.

Comenzar a hacer conciencia de la responsabilidad social que se debe tener con el entorno social es iniciar a retribuir al medio ambiente y a la sociedad por todos los recursos que se han obtenido a lo largo de todos estos años y que tienen a la empresa en el punto que se encuentra. Es por esto por lo que es importante elaborarle un plan, estudiarlo, analizarlo y ejecutarlo por parte de la alta dirección, los trabajadores y la comunidad

## **6. Código de conducta**

Nuestro código de conducta está fundado en un conjunto de valores corporativos, como la honestidad, el compromiso, el servicio al cliente, el respeto y el trabajo en equipo, que han sido nuestra base comercial y que aplican los miembros de la organización en los negocios y acciones de la empresa.

El código de conducta empresarial instauro las reglas morales y éticas de comportamiento que aplican para todos los trabajadores o grupos de interés empresa donde se incluye la Gerencia, jefes de área, asesores comerciales y demás trabajadores, así como también a proveedores, entre otros que les correspondan cumplir el Código de conducta empresarial de TEDMAQ S.A.S.

TEDMAQ S.A.S. difunde como valor ético de su actividad el respeto a las personas y su diversidad, sin acceder a acciones que involucren distinción por razones de religión, discapacidades, orientación sexual, raza, estatus socioeconómico. etc.

TEDMAQ S.A.S. desataca en su código de ética que el compromiso pleno de cada uno de los miembros de la organización es ‘‘ hacer lo correcto’’ teniendo en cuenta esto debemos aclarar que la responsabilidad de cada uno de los empleados no puede ser delegada de uno a otro, esto es propio.

## 6.1. Modelo Gerencial Seleccionado

*Tabla 3, Modelo Gerencial*

CALIDAD TOTAL
Este modelo gerencial nos permite promover un proceso continuo que nos garantiza y asegura el mantenimiento de modelos más apropiados (generalmente altos, y según las reglas determinadas, para el caso de nosotros sería las ISO) las cuales orientan al logro de satisfacción al cliente y al mercado. también nos es útil para posesionar la imagen de la organización, optimizar su intervención en el mercado, vigilar sus costos y toma un mayor compromiso en la elaboración de bienes y prestación de servicios, como resultado de la completa observación y cumplimiento de estándares y reglas.
PARA IMPLEMENTARLO
Inicialmente se requiere de la creación de una cultura organizacional que está encaminada a la calidad de gestión laboral, vida personal y familiar. Asimismo, se precisa desarrollar un proceso pedagógico con varios programas (Capacitación, Entrenamiento y Desarrollo) orientados al aprendizaje completo de la Calidad y posteriormente, se debe hacer una revisión total de los procesos administrativos, y productivos y creando modelos ambiciosos de gestión y producción.
Podemos identificar dos etapas la primera de aseguramiento (que hace referencia al proceso educativo y de aprendizaje), y la segunda etapa que es de certificación, como lo indica su nombre esta etapa es elaborada por un certificador autorizado.
Los principales resultados de la calidad son la competitividad, valor agregado, crecimiento y participación en el mercado. Lo que al final es traducido a en resultados de ganancias y rentabilidad. (Blog Modelos Gerenciales, 2010)

**Tabla 3,** Como modelo gerencial determinamos aplicar el de Calidad total ya que nos permite exigir y aplicar el mejoramiento en los diferentes procesos que maneja la compañía. **Fuente: Los Autores.**

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

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

1. **Decisión de la alta Gerencia:** Son los encargados de presentar la decisión de este instrumento y de comunicar la importancia de la ética y su acatamiento para la empresa, así como para todos los miembros de la organización y el resto de las personas interesadas.
  2. **A quien aplica:** En el código de conducta se debe detallar a quienes va dirigido (trabajadores, proveedores, etc.).
  3. **Conformación del equipo:** Las personas que estén a cargo de la construcción del manual deben realizar un cronograma de trabajo y especificar las actividades a desarrollar.
  4. **Instancias de sensibilización y participación:** Se recomienda efectuar seminarios de sensibilización a todos los miembros de la empresa, donde se integren los diferentes niveles existentes en esta y se aborden temas de interés como, conflictos de interés, confidencialidad de la información, normas legales, entre otros.
  5. **Recopilación de insumos y redacción provisoria:** Los integrantes del grupo de trabajo podrán escoger la información recibida y escribir los contenidos del Código, para la redacción del código no existen normas, la empresa lo hará basada en las necesidades que presenta y las necesidades de su grupo de interés.
  6. **Consultas multisectoriales:** Cuando se haya realizado la primera adaptación del código se debe volver a socializar este a todos los niveles de la empresa con el fin de volver a recoger las contribuciones y correcciones, y luego poder realizar la redacción final del Código.
  7. **Consulta a peritos:** Cuando ya se posea el documento boceto se deberá socializar con los asesores legales de la organización, así mismo con individuos u organizaciones aptas en el tema (CERES, etc.).
- La buena conducta de una compañía debe estar enfocada en contra de atentados al medio ambiente, fraudes a empleados o terceros, desfalcos o escándalos financieros, vínculos con personas al margen de la ley y todo lo que vaya relacionado que atente contra las buenas costumbres y el buen nombre de las personas u otras compañías.

- La buena conducta es una herramienta importante para la toma de decisiones no solo internas sino también de otras compañías porque les podrá brindar la confianza oportuna para poder crear negociaciones que benefician las 2 compañías.
- La buena conducta respalda la compañía creando un vínculo laboral, financiero, de seguridad y sobre todo de transparencia que permite mantenerse y ser constante en su evolución.
- La buena conducta de una compañía atrae mejor capital humano, enaltece la imagen a nivel nacional e internacional, permite que el personal estimule su actuar de una forma consciente y sin faltas a la empresa o así mismo, mejora sus relaciones financieras y de la comunidad que la rodea.
- La buena conducta deber ser implementada y ejecutada en primera instancia por los directivos y área administrativa de la empresa creando cultura de buena conducta.

### **6.3. Código de Conducta de la Empresa TEDMAQ S.A.S.**

#### 6.3.1. Confidencialidad Empresarial

**TEDMAQ S.A.S.** valora y protege la información confidencial propia, así mismo la de otros (terceros).

Información Confidencial es aquella que no puede ser de conocimiento oficial donde la empresa cuenta con secretos comerciales, métodos de acción, planes de mercados, comercializaciones, bienes y servicios, observaciones del consumidor, ideas de industria y producción, diseños de productos, registros, información sobre los sueldos de los trabajadores y cual sea la información de uso exclusivo de la empresa que no puede ser publicada.

El éxito de la empresa **TEDMAQ S.A.S.** se basa en el uso de la información propia, y su no circulación; solo se puede revelar ya sea porque lo exija la ley lo haya autorizado el Gerente o la Dirección de la empresa.

**TEDMAQ S.A.S.** prohíbe la comercialización de acciones de la empresa fundada en información potencial relevante que sea sobre el costo de las acciones que aún no sean de conocimiento público.

### 6.3.2. Conflicto de Interés

Siempre la empresa actúa en misión de los principales intereses de **TEDMAQ S.A.S.** Los conflictos de interés se producen cuando los intereses particulares de un miembro de la organización interfieren con los intereses de la empresa, lo que complicaría en la acción del empleado para actuar completamente sus funciones.

Asimismo, pueden originar conflictos de intereses cuando un integrante de su familia recibe favores particulares incorrectos como consecuencia del cargo que ocupa en la empresa.

Ningún miembro de la organización podrá aceptar favor alguno que no haya sido autorizado y admitido acorde a las reglas y normas de la organización.

Ningún miembro obtendrá haberes particulares, comerciales o económicos que no sean compatibles con la lealtad y compromiso que le debe a la empresa.

Como no se puede enumerar todas las actividades que puedan dar lugar a un conflicto de intereses, a continuación, relacionaremos unos ejemplos de prácticas y situaciones que podrían forjar conflictos de intereses:

- ✚ Inversiones personales: **TEDMAQ S.A.S.** Prohíbe realizar dadas a ningún empleado público, excepto los autorizados por la empresa.
- ✚ Ningún empleado o familiar puede obtener beneficio económico ni de ninguna índole, de las empresas que hagan negocios con **TEDMAQ S.A.S.** o de la competencia, a excepción que se autorice por la gerencia.
- ✚ Los empleados tienen prohibido realizar algún tipo de competencia con **TEDMAQ S.A.S.**
- ✚ Todo miembro de la organización debe promover los intereses de **TEDMAQ S.A.S.** siempre y cuando se dé la oportunidad de hacerlo.
- ✚ Ningún miembro de la empresa puede desempeñar ningún cargo en otra parte siempre y cuando sea funcionario de **TEDMAQ S.A.S.**
- ✚ Cuando haya lugar a un conflicto de interés entre la ética y los objetivos productivos, siempre predominará la ética.

### 6.3.3. Conducta Interna

Los miembros de la organización deben actuar legal y honestamente; leer y comprender los valores corporativos y aplicarlos en sus labores diarias y en su vida personal, aprender y poner en práctica las políticas que se relacionen con su trabajo, y en ningún caso los empleados pueden tomar venganza en contra de cualquier persona que, de buena fe, haya reportado un problema ético o colaborado a resolverlo.

Se debe tener una comunicación asertiva y muy adecuada entre los miembros de la organización siempre actuando con respeto; los empleados deben cumplir a cabalidad con las actividades propias de su cargo de manera puntual y ética evitando cualquier tipo de comportamiento que pueda perjudicar o poner en riesgo a **TEDMAQ S.A.S.** o a su popularidad; siempre se deben prevalecer los intereses de la empresa por encima de los intereses personales o de cualquier otra índole.

La empresa no admitirá y será severo a comportamientos agresivos, violentos y ofensivos entre empleados o miembros de la organización y estará en total desacuerdo con uso de autoridad por parte de los jefes para beneficio propio al atemorizar, amenazar, cohibir, perseguir psicológica y sexualmente a cualquier subalterno.

La empresa no acepta distinción de ninguna índole en consecuencia de género, religión, raza, clase social, orientación sexual, discapacidad o cualquier otro tipo de diferencia cultural, social o económico que posean algún miembro de la organización, siempre debe todo acto debe estar enmarcado dentro del respeto, la moral y las buenas costumbres.

### 6.3.4. Favores comerciales

En **TEDMAQ S.A.S** No se permitirá que ningún miembro de la organización pida, acceda o brinde gratificaciones de manera directa o indirectamente, cohechos, regalos, favores, comisiones u

otro equivalente de algún distribuidor, organización, cliente u otro con el fin de beneficiar con negocios a los mismos.

Los empleados pueden recibir regalos beneficios de nuestros clientes o proveedores solo y cuando no se vea afectado de ninguna manera los intereses de la organización, ni su relación productiva, comercial o de negocios con individuos u empresas y estos estén autorizadas por las directivas de la Compañía.

Se rechaza cualquier soborno de nuestros clientes, proveedores, o funcionarios públicos aun cuando las estas sean encaminadas a aligerar los compromisos o prácticas de trabajo.

#### 6.3.5. Contravenciones

Los empleados de **TEDMAQ S.A.S.** deben evitar a toda costa actividades que induzcan a cualquier practica ilícita incluyendo la utilizacion de bienes de la la organización para obtener beneficios ilegales.

Los empleados informarán a sus jefes inmediatos o al encargado del área de destion de talento humano,cualquier práctica o acción que consideren impropia, o incluso ilícita, en virtud de este Código.

Un hecho erróneo es la violacion al Código de Conducta Empresarial esto implica la aplicación de los ordenamientos establecidos en el Reglamento Interno de Trabajo en relación con sanciones y pueden implicar incluso la terminación del contrato de trabajo.

#### 6.3.6. Negociaciones

Llevamos a cabo negocios de forma ética y virtuosa y trabajamos por cumplir lo que expresamos en todos los aspectos de nuestro trabajo.

Cumplimos acabadidad los acuerdos estipulados en nuestros negocios comerciales ya sean con nuestros clientes, proveedores, accionistas u cualquier otro.

**TEDMAQ S.A.S.** se caracteriza por no admitir en sus negociaciones activos de origen ilegal que estigmaticen nuestro buen nombre al igual que fondos financieros producto del terrorismo que manchen nuestros principios de ética laborales.

**TEDMAQ S.A.S.** está en contra de él contrabando o fraude.

#### 6.3.7. Uso de la información de la Empresa

Los empleados de **TEDMAQ S.A.S.** no deben revelar información confidencial a personas o entidades externas, ajenas a la empresa. Sólo se podrá compartir información confidencial con otros trabajadores con fines estrictamente laborales. La información confidencial se debe manipular con sumo cuidado para evitar revelarla accidentalmente.

La información que **TEDMAQ S.A.S.** pueda obtener de terceros por cuestiones de alianzas estratégicas, negocios comerciales recibe el mismo cuidado que la propia. Del mismo modo todos los empleados deben resguardarán la información que hayan obtenido durante sus labores.

La información que los empleados obtengan de la empresa no puede, ni debe ser divulgada a ninguna persona externa ya que la infracción a esta regla no solo puede generar a la aplicación de castigos disciplinarios, sino que tambien puede dar lugar a cargos penales. Si algun miembro posee dudas sobre la interpretación o aplicación de las Reglas de Manejo de Información Predilecta de **TEDMAQ S.A.S.**, deberán indagar con el en cargado del área.



### 6.3.8. Comunicaciones Estratégicas

Para divulgar, publicar y/o circular información de **TEDMAQ S.A.S.** a los medios de comunicación, como boletines de prensa, , o cualquier otro documento, se deberá requerir el apoyo del area de Mercadeo Corporativo, quien procederá de acuerdo con la Política de Comunicaciones y, de ser preciso, obtendrá consentimiento por parte de la Gerencia.

Nuestros empleados deben contribuir en el negocio, con sus valores, su buen espíritu, sus fortalezas y experiencias ya que gracias a esto **TEDMAQ S.A.S.** conseguirá atraer la atención de la audiencia y entrar en su mente.

Por medio de las redes sociales y la web se realizara publicidad sobre las bondades de nuestro producto, aprovechando la baja inversion economica y la gran demanda de personas.

### 6.3.9. Cultura Social y Empresarial

En **TEDMAQ S.A.S.**, nos inhibimos de ser partícipes de cualquier actividad política o religiosa con el fin de resguardar nuestra rectitud delante de nuestros consumidores, proveedores y miembros de la organizacion. Sin embargo, respetamos las incorporaciones políticas y religiosas de nuestros empleados, dando espacio para que las puedan practicar en su tiempo libre y que de ninguna manera deberán imponer a sus compañeros o subordinados para que sean partícipes o no en sus preferencias políticas o religiosas.

Prohibimos todo acto de discriminacion, ningun miembro de la organización puede ejercer ningun tipo de presion, ni acoso a otro, por algun diferencia social, cultuarl o religiosa.

#### **6.4. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta**

Para la construcción del Código de Conducta la empresa **TEDMAQ S.A.S.** utilizará recursos financieros de la actividad principal de la empresa que es la venta de sus maquinarias para la industria de alimentos.

También se usarán recursos de Inversores, que en este caso son los accionistas o socios de **TEDMAQ S.A.S.** Estos se encargan de suministrar capital con la intención de obtener más adelante una serie de beneficios al implementar el código de conducta en la empresa.

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

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

- El código de conducta ayuda a proteger la popularidad de la compañía.
- Guía todas las decisiones de la administración, fundando en un marco común.
- Determina modelos de comunicación que permite relacionarse con la audiencia externa.
- Ayuda a resguardar la popularidad y la posición legal de la empresa en caso de un quebrantamiento de alguna norma por parte de un empleado.
- Demarca las acciones legales y las que están al margen de la ley para que sean de conocimiento de todos.
- Puede instaurar qué información es privada y su manejo.
- Ofrece las reglas de circunstancias habituales de conflictos de interés.
- Al instaurar las medidas de negociación, se evitan circunstancias poco claras.

**TEDMAQ** debe tener en cuenta en su presupuesto los recursos económicos para crear un comité de ética el cual tendría las siguientes responsabilidades:

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

*Tabla 4, Recursos Financieros Empresa TEDMAQ S.A.S.*

#### TABLA RECURSOS FINANCIEROS

Cantidad	Actividad	Descripción	Costo
1	Organización y Publicación del Organigrama	Actualizar y publicar el Organigrama,	N/A
1	Actualización Página Web	La actualización de la Pagina Institucional, permitirá a los trabajadores interactuar y conocer más de los procesos que en tiempo real está realizando la Universidad	\$1.000.000
1	Cartelera Informativa	Publicar el empleado del mes, brindar un incentivo, teniendo en cuenta el buen desempeño laboral y personal que haya tenido.	\$300.000
4	Capacitaciones a todo el personal	Realizar periódicamente capacitaciones al personal sobre	\$1.500.000

comunicación asertiva, Sociedad y medio ambiente, Resolución de conflictos.

1	Redes Sociales Corporativa	Aprovechando las tendencias tan marcadas hacia las redes sociales se puede crear una Red Social corporativa en la cual participen todos los Stakeholders	\$1.000.000
1	Vídeo Llamadas Skype	Utilizar este medio de comunicación para interactuar con todos los Stakeholders, realizar reuniones, comités etc.	N/A
4	Folletos	Diseñar campañas de concientización y divulgación del código de conducta.	\$1.800.000
1	Publicación Instantánea	Utilización del correo institucional para las diferentes divulgaciones de campañas boletines informativos.	N/A
1	Llamadas telefónicas	Brindar información por medio de mensajes pregrabados	\$450.000
1	Papelería	Realizar el pedido de lo que se necesita para el mejoramiento de la comunicación Interna y externa anual	\$17.000.0000
1	Publicidad	Mejoramiento de la marca de la compañía frente todos los Stakeholders	\$89.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$112.050.000</b>

Tabla 4, En la presente tabla se plasma el presupuesto necesario para llevar a cabo las actividades referentes para la aplicación del plan de Responsabilidad Social.. Fuente: Los Autores.

## 7. GLOSARIO

**Amedrentar:** Atemorizar, hacer que alguien sienta miedo o temor. (Spanish Oxford Living)

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

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

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

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

**Conflicto:** Oposición o desacuerdo entre personas o cosas (spanishDict)

**Contravenciones:** se utiliza para designar a aquellos actos que van en contra de las leyes o lo legalmente establecido y que por lo tanto pueden representar un peligro tanto para quien lo lleva a cabo como también para otros. (Definición ABC)

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

**Dadivas:** Dinero u otra cosa que se da por caridad. Se usa como colectivo genérico, y numerable: ‘dar [o pedir] limosna, dar una limosna, hacer limosnas. Cramer, K. (2010). Reseña del Diccionario de la Real Academia Española.

**Divulgar:** Hacer que un hecho, una noticia, una lengua, un conjunto de conocimientos, etc., llegue a conocimiento de muchas personas. (Spanish OXFORD Living )

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

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

**Informacion:** está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. (Gardey. J. P., 2008)

**Jerarquia :** El concepto suele estar asociado al poder, que es la facultad para hacer algo o el dominio para mandar. Quien ocupa las posiciones más altas de la escala jerárquica, tiene poder sobre los demás. (Merino, Definicion.DE, 2009)

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

**Mercadeo corporativo:** es un tipo de marketing que se dedica a establecer un plan de marketing de puertas adentro de la empresa, con el objetivo de fidelizar a todos los colaboradores de la entidad y mejorar la productividad de sus relaciones. (Angel, 2011)

**Negociaciones:** se puede definir como el proceso mediante el cual dos o más personas buscan llegar a un acuerdo respecto a un asunto determinado. (Cortiñas)

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

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

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

## 8. Stakeholders

Grupos de interés (empleados, clientes proveedores, accionistas etc.) que se ven afectados por las actividades y decisiones de una empresa

Imagen 1, Stakeholders Empresa TEDMAQ S.A.S.

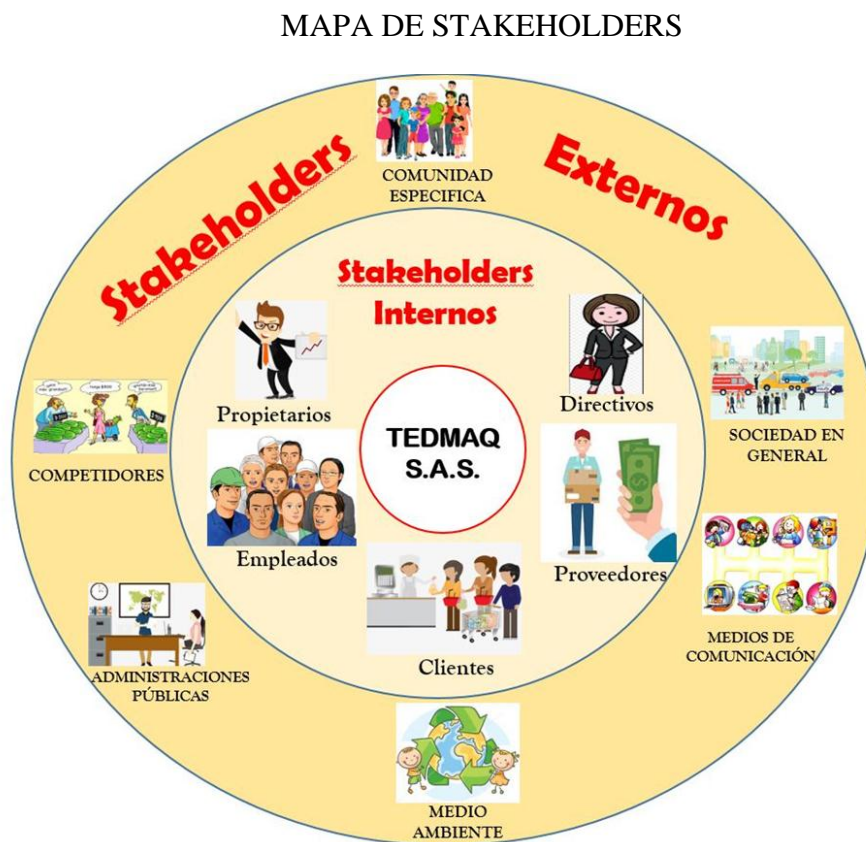


Imagen 1, muestra el mapa genérico, los stakeholders que participan en la empresa TEDMAQ S.A.S. Fuente: Los Autores

## 8.1. Breve Descripción sobre los Stakeholders

Los Stakeholders en el ámbito empresarial hace referencia a los grupos de interés que rodean la empresa lo que quiere decir que influyen directa o indirectamente en la empresa o se ven afectada por las actividades realizadas por la misma.

Por lo cual todos deben ayudar al logro del éxito comercial respetando los logros éticos, las comunidades y el medio ambiente, de la misma forma la empresa debe maximizar su impacto positivo y minimizar el negativo sobre los Stakeholders.

Los grupos de interés se deben integrar a los intereses y el direccionamiento estratégico para generar el bien común.

La teoría de los Stakeholders aplicada a la empresa es cuestión de todos los que intervienen en ella, por tal razón el bien común debe ser de mayor importancia que el bien personal y todos deben tener los mismos beneficios y dificultades para contribuir al logro de los objetivos empresariales. En nuestro mapa de Stakeholders encontramos los siguientes grupos:

### 8.1.1. Internos

**Propietarios /Accionistas:** son los dueños de las acciones de la empresa.

**Directivos:** Son los que tienen el poder y la función de dirigir la empresa TEDMAQ S.A.S

**Empleados:** Todas las personas que colaboran de forma directa e indirecta con tareas de la empresa TEDMAQ S.A.S

**Clientes:** Personas que adquieren los productos de la empresa.

**Proveedores:** Son los encargados de abastecer la empresa de la materia prima para la elaboración del producto.

### 8.1.2. Externos

**Sociedad en General:** es la agrupación de individuos tanto consumidores como no consumidores a quienes la empresa involucra de manera directa o indirecta.



**Medios de comunicación:** son los canales que utiliza la empresa para realizar sus estrategias de mercadeo, entre las cuales están radio, prensa, internet (página web, redes sociales).

**Medio ambiente:** Es el conjunto de componentes físicos, químicos y biológicos externos con los que interactúan los seres vivos, por el cual a la empresa TEDMAQ S.A.S aporta para mejorar ya que beneficia no solo a la empresa si no a la sociedad.

**Administraciones Públicas:** son el conjunto de personas que regulan las leyes para que la empresa cumpla con las normas establecidas, sin generar multas ni ningún otro tipo de sanción.

**Competidores:** Como agente de Stakeholders externos están los competidores, como estrategia de mejora y de conquistar nuevos mercados analizando y teniendo en cuenta este factor del mercado.

### 8.2. Matriz de Influencia/Impacto

Imagen 2: Matriz de Influencia/Impacto Empresa TEDMAQ S.A.S.

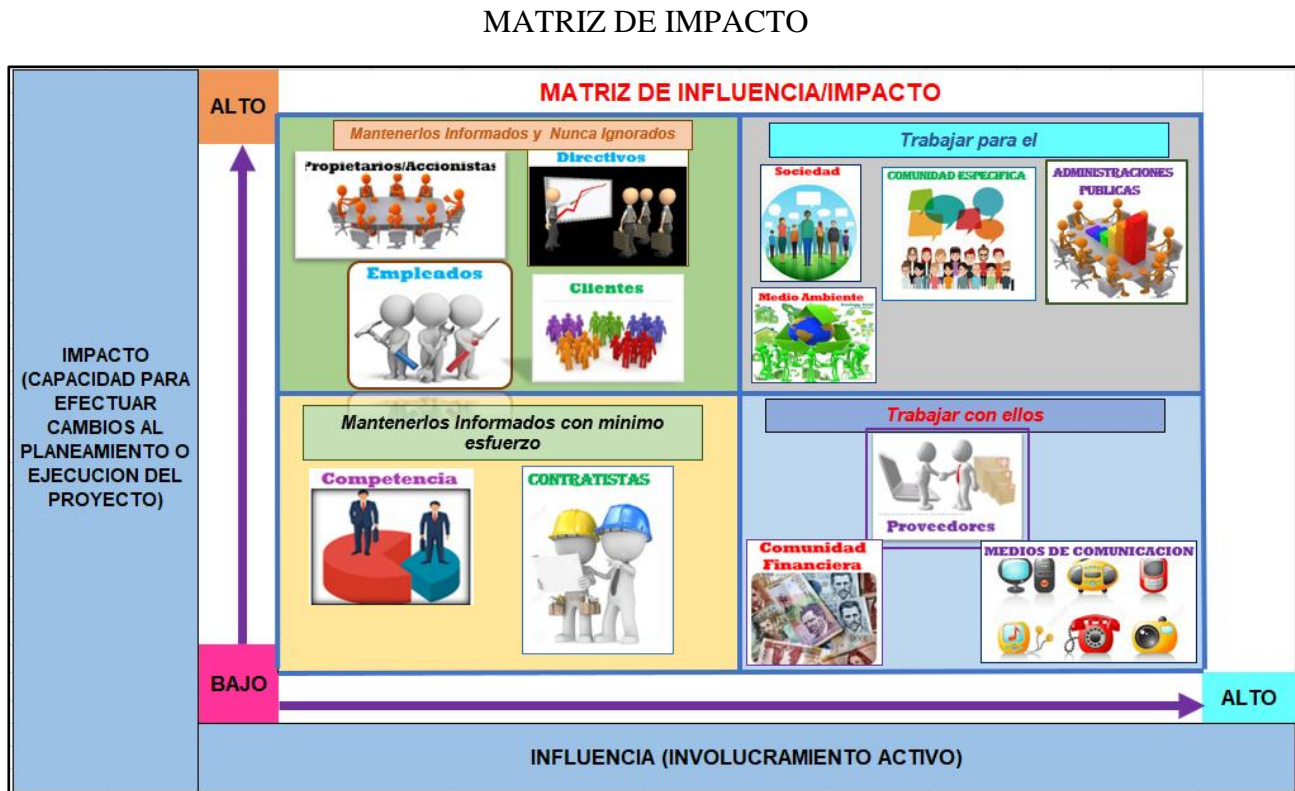


Imagen 2, por medio de la presente matriz identificamos el impacto que se le debe de dar la población de los stakeholders según la necesidad y se clasifica el involucramiento activo que tienen en la compañía. Fuente: Los Autores.

En la matriz de influencias se hace necesario desglosar según el impacto o la influencia que tengan los Stakeholders en la compañía. Para **TEQMAQ S.A.S.** como para cualquier empresa es de mucha importancia cada uno de los actores que representan esta matriz, La matriz de influencia / impacto asocia a los Stakeholders en base a su participación y capacidad para efectuar cambios en la planificación o ejecución del proyecto.

De acuerdo con la matriz, encontramos en el impacto e influencia altos a los propietarios y/o accionistas a quienes se les debe mantener informados de absolutamente todos los procesos, proyectos o movimientos que se realicen dentro de la organización; ya que son ellos los encargados de tomar cualquier tipo de decisión relevante que requieran dentro de la organización. También están los directivos estos son los encargados de llevar acabo las decisiones tomadas por los propietarios, y son los jefes directos en la organización, están los empleados quienes realizan las labores operativas y se les debe tener en cuenta ya que son quienes ejecutan las actividades diarias para que la parte operativa de la empresa se encuentre en movimiento y por último se encuentran los clientes ya que ellos son la razón de ser de la empresa, si bien sabemos toda labor que realiza la empresa es en pro de ellos, por estos es que TEDMAQ S.A.S se esmera por prestar un excelente servicio y un producto de buena calidad, ya que si se tiene un cliente satisfecho será un cliente fidelizado y muy posiblemente más clientes ya que ellos son nuestra voz a voz que hace crecer la empresa cada día.

En el siguiente recuadro de influencia e impacto altos de la parte externa de la empresa Otro grupo que se ubica acá es la sociedad, nosotras sabemos que la sociedad es muy importante realizar una buena labor un buen producto y con buenas estrategias lleva a la empresa a generar una buena imagen en la sociedad lo que con lleva a generar más clientes, y esto será un buen futuro para la empresa, además sabemos que toda empresa debe tener en cuenta como le afectan positiva o negativamente las actividades diarias a la sociedad, en este recuadro también se ubican las administraciones publicas acá están todas la entidades del estado a quienes se les debe realizar los pagos de los impuestos que genera tener una empresa certificada pero no tienen influencia en las tomas de decisiones, ya que desde que se cumpla con lo establecido por la ley este no se ve involucrado muy a menudo en la empresa, estas entidades se encuentra principalmente reguladas por el poder ejecutivo.

Y por último encontramos el medio ambiente sabemos que en la actualidad las empresas tienen un gran respeto por el medio ambiente por lo cual buscan que sus actividades diarias no generen ningún tipo de contaminación ni daño a este, por el contrario hoy en día buscan protegerlo por el cual realizan campañas para el cuidado del mismo, teniendo en cuenta que no solo lo están cuidando si no generando una buena imagen de la empresa, además de eso el gobierno los certifica con las normas ISO, y esto es un plus a favor de las empresas, por otro lado el incumplimiento de la ley les genera sanciones.

En nuestro tercer recuadro en un impacto bajo e influencia baja encontramos los competidores, si bien sabemos que la competencia hace fuerte nuestra empresa pues nos insta a promocionar productos de manera eficaz y eficiente, no tienen una influencia directa ni tampoco pueden generar ningún cambio dentro de nuestra empresa.

También encontramos a los contratistas que son las personas que de una u otra manera aportan con su trabajo para el cumplimiento de los objetivos pero que no tiene mucha influencia en la empresa, ya que son empleados externos y no requieren de mucha información para realizar sus labores.

En nuestro cuarto recuadro con un impacto bajo y una influencia alta encontramos a los proveedores que son muy importantes ya que son las personas empresa entidades quienes nos garantizan el abastecimiento de insumos en los tiempos establecidos a precios justos permitiendo el cumplimiento, sin embargo ellos no pueden efectuar cambio dentro de la organización ya que no cuentan con ninguna autoridad para la toma de decisiones que puedan generar un impacto en la ejecución del proyecto.

También están ubicados dentro de este recuadro los medios de comunicación que son muy importantes ya que permiten dar a conocer por medio de la publicidad (estrategias de mercadeo) los productos que distribuye la empresa y nos generan a corto mediano y largo plazo beneficios económicos y crecimiento para la empresa.

Y por último encontramos la comunidad financiera estos son importantes ya que son los que generan los recursos financieros para que la empresa pueda dar cumplimiento a sus labores operativas y además permiten que los activos fijos de la empresa crezcan, y se muevan los pasivos fijos de manera adecuada, dándole más vida crediticia a la empresa.

## 9. Plan de responsabilidad social empresarial

Documento de gestión y evaluación donde se define el marco y las directrices a seguir por una organización. A continuación, se presenta:

### 9.1. El Plan de Responsabilidad Social Empresarial de la Empresa TEDMAQ S.A.

Tabla 5, Plan De Responsabilidad Social Empresarial Empresa TEDMAQ S.A.

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EMPRESA TEDMAQ S.A.							
<b>Dimensión</b>	<b>Stakeholders</b>	<b><u>Objetivo</u></b>	<b><u>Estrategia</u></b>	<b><u>Plazo</u></b>	<b><u>Recursos</u> <b>(físicos, humanos, técnicos)</b></b>	<b><u>Indicador</u></b>	<b><u>Seguimiento</u></b>
<b>ECONOMICA</b>	<b>EMPLEADOS</b>	Generar estabilidad que permita aumento en la productividad, y compromisos	TEDMAQ S.A.S pretende realizar contratos a término indefinido para evitar la rotación de personal	Anual	<b>Recursos humanos:</b> Empleados de todas las áreas (administrativas, operativas, directivas etc.)	Productividad= unidades producidas/horas hombre empleadas *100	El área de contabilidad realizara seguimiento cada mes evaluando el cumplimiento del indicador y realizando planes de mejoramiento en caso de ser necesario.

	o por parte de los empleados	generándole a los empleados confianza y compromiso con la empresa y así mejorar la productividad				
				<b>Recursos físicos:</b>		
				Planta		
				Maquinaria		
				Papelería		
				<b>Recursos técnicos</b>		
				Bonificaciones		
				comisiones		
<b>PROVEEDORES</b>	Establecer buenas relaciones con los proveedores , que generaren satisfacción con el fin de recibir materia prima de buena calidad y a un buen precio	Realizar los pagos en los tiempos estipulados, dando cumplimiento a los contratos.	Trimestral	<b>Recursos humanos:</b> Empleados del área de compras y administrativa <b>Recursos físicos:</b> Salas de juntas, Papelería,	Grado de satisfacción de los proveedores= proveedores satisfechos - proveedores insatisfechos/  proveedores satisfechos *100	El área recursos humanos realizará seguimiento trimestral donde se entrevistará a los proveedores sobre la atención y el cumplimiento por parte de la empresa en los pagos acordados

---

<b>CLIENTES</b>	Ofrecer a los clientes productos de buena calidad a buen precio y así mantener satisfechos a los estos.	Realizar ofertas a precios llamativos para generar más venta por ende más ingresos	Trimestral	<b>Recursos humanos:</b> Vendedores  <b>Recursos físicos:</b> Papelería, productos, exhibiciones  <b>Recursos técnicos</b>  Eventos de lanzamiento, apoyo de medios de comunicación (redes sociales prensa, televisión etc.)	Nivel de satisfacción de los clientes = número de satisfechos / total de clientes atendidos entregados * 100	Se realizará seguimiento de manera mensual por medio Formatos de buzón de sugerencia, PQR, atención al cliente, el seguimiento lo realizar el área de servicio al cliente, bajo la supervisión del área de recursos humanos.

---

## ADMINISTRACIONES PUBLICAS

Presentar los informes y cuentas de manera transparente, para evitar cualquier tipo de sanciones.	Realizar la rendición cuentas al estado como lo indica la ley en la constitución política de Colombia mediante la ley 489 de 1998, el Conpes 3654 de 2010, “por el cual se establece la Política de Rendición de Cuentas”; la Ley 1712 de 2014, Manual Único de Rendición de Cuentas,	Anual	<p><b>Recursos humanos:</b> contador de la empresa, dirección general.</p> <p><b>Recursos físicos:</b> Libros contables.</p>	Efectividad de las jornadas ambientales= $\frac{\text{Números de empleados beneficiados}}{\text{Total de Empleados}} * 100$	El seguimiento se hará de manera trimestral, lo realizará el gerente, donde llevará a cabo la revisión del libro contable, con el fin de tener claridad en la cuentas.
---	---	-------	--	---	--

<b>SOCIAL</b>  <b>COMUNIDAD</b>	<b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	<p>Establecer convenios que permitan impulsar los productos y la marca. Posesionan do a su empresa en el mercado.</p>	<p>Se pueden realizar acuerdos con los medios de comunicación para presentar la empresa y sus productos en la radio televisión, prensa etc.</p>	<p>Trimestral</p>	<p><b>Recursos humanos:</b> Empleados del Área financiera, y marketing.</p> <p><b>Recursos físicos:</b> contratos, certificados, Formatos de presentación.</p>	<p>Cumplimento en los pagos=pagos realizados a tiempo-pagos retrasados/ total de pagos*100</p>	<p>Realizara el seguimiento el área financiera bajo la supervisión del gerente de manera mensual con el fin de dar cumplimiento a los acuerdos establecidos por las partes implicadas.</p>
		<p>Generar nuevos empleos</p>	<p>La empresa ofertará vacantes para las diferentes áreas donde le permitirá a la comunidad acceder y ser parte de la organización</p>	<p>Anual</p>	<p><b>Recursos humanos:</b> Área de recursos humanos, área de contratación y capacitación,</p> <p><b>Recursos físicos:</b> Papelería, oficinas.</p>	<p>Rotación de empleados= número de empleados contratados durante el año- número de empleados desvinculados en el año/total de empleados *100</p>	<p>El seguimiento se hará de manera anual, bajo la supervisión del área de recursos humanos, teniendo en cuenta las causas de retiro de los empleados.</p>



---

<b>ÁREA DE VENTAS Y SERVICIO AL CLIENTE</b>	Realizar capacitaciones de servicio al cliente con el fin de mejorar la calidad del servicio.	El área de recursos humanos realizara capacitaciones de manera periódica sobre servicio al cliente teniendo en cuenta los protocolos de servicio y ventas.	6 meses	<b>Recursos físicos:</b> Salas de capacitación, papelería, refrigerios. <b>Recursos humanos:</b> Área de recursos humanos, orador experto.	Cubrimiento= número de participantes /número total de trabajadores *100	Se hará seguimiento cada 2 meses por medio de evaluaciones de desempeño.
---	---	--	---------	--	--	--

---

<b>AMBIENTAL</b>	<b>EMPLEADOS</b>	<p>Generar un ambiente sano, libre de contaminación para evitar enfermedades en los empleados de la organización</p>	<p>Se realizarán jornadas ambientales, de reciclaje y cuidado en los sitios de trabajo</p>	<p>Mensual</p>	<p><b>Recursos humanos:</b></p> <p>personal experto para capacitar sobre los cuidados del medio ambiente, y personal encargado de realizar el seguimiento.</p>	<p>Cumplimiento de las metas medioambientales=número de metas cumplidas/ total, de metas propuestas* 100</p>	<p>Mensual, formatos de revisión, los encargados son el área de recursos humanos, y jefes de área.</p>
	<b>COMUNIDAD ESPECIFICA</b>	<p>Realizar campañas del cuidado del medio ambiente</p>	<p>La empresa estimulara acciones beneficiosas como la siembra de árboles, donde se integren colaboradores de la organización, la comunidad del sector y empresas de la misma línea.</p>	<p>Semestral</p>	<p><b>Recursos físicos:</b></p> <p>Sitios de trabajo papelería,</p> <p><b>Recursos físicos:</b></p> <p>Instalaciones de la empresa, campo abierto árboles.</p> <p><b>Recursos humanos:</b></p> <p>colaborares, comunidad,</p> <p><b>Recursos Técnicos</b></p> <p>herramientas</p>	<p>Eficacia del Impacto medioambiental = los resultados obtenidos después de la campaña / Acciones realizadas* 100</p>	<p>El seguimiento lo realizaran las áreas financieras y de recursos humanos de manera anual teniendo el cumplimiento del indicador</p>

<b>ENTIDADES AMBIENTALES</b>	Realizar alianzas con las entidades ambientales incentivando a los empleados y comunidad realizar jornadas para cuidado del medio ambiente	TEDMAQ S.A.S. Realizara acuerdos con empresas del privadas y del gobierno en el cuidado del medio ambiente para reciclar dentro de la organización y en sus entorno con el fin de reutilizar el reciclaje	trimestral	<p><b>Recursos físicos:</b></p> <p>Instalaciones de la empresa, campo abierto, canecas, bolsas.</p> <p><b>Recursos humanos:</b></p> <p>colaboradores comunidad, entidades aliadas,</p> <p><b>Recursos Técnicos</b></p> <p>herramientas, y equipos necesarios para tal fin</p>	Eficiencia en el reciclaje=cantidad de material reciclado/total presupuestado* 100	El seguimiento lo realizara el área de recursos humanos y las entidades aliadas de manera semestral.
------------------------------	--	---	------------	---	--	--

**Tabla 5,** Plan de Responsabilidad es pensado en la Empresa TEDMAQ S.A.S. En los recursos que se necesitan para la implementación del mismo en las estrategias que se van a realizar y en los objetivos que quieren alcanzar los plazos, indicadores y seguimiento el seguimiento que se le va hacer después de ejecutar el mismo. Fuente: Los autores.

## 9.2. Plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholders) tanto internos como externos

Tabla 6, Plan De Comunicaciones para los Stakeholders de la Empresa TEDMAQ S.A.S.

PLAN DE COMUNICACIONES			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
<b>Económica</b>	Empleados	Anual	Escrito-en persona
	Proveedores	Trimestral	En persona y correo electrónico
	Clientes	Mensual	Telefónica
	Administraciones Publicas	Anual	Correo y en persona
	Medios de Comunicación	Mensual	Correo, Email, Telefónica.
<b>Social</b>	Comunidad	Anual	Prensa, Correo
	Área de ventas y servicio al cliente	Trimestral	Email, Correo
<b>Ambiental</b>	Empleados	Bimestral	Circulares, Correo
	Comunidad Especifica	Semestral	Circulares
	Entidades ambientales	Semestral	Correo, Email, Circulares

**Tabla 6,** El plan de comunicaciones realizado para medir según la dimensión (económica, social y ambiental) los Stakeholders el medio que se va a utilizar como estrategia y la frecuencia de la misma. Fuente: Los autores.

## 9.3. Recomendación del modelo de informe RSE

### EL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI):

Este modelo nació 1997, la guía de 2002 tiene varias utilidades “entre sus beneficio encontramos que ayuda a la empresas a mostrar una visión equilibrada y sensata de su acción económica, ambiental y social; también suscita la posibilidad de comparación a la vez cuenta la

utilidad de presentar la información a distintas organizaciones, Se apoya la evaluación comparativa y la valoración de la sostenibilidad, cuenta con una gestión eficaz en sus economía global, donde la información corre a la velocidad del internet, mantiene un dialogo continuo con propietarios, proveedores, clientes, empleados y staff donde se considera la clave para abordar labores estratégicas y operativas a la hora de toma de decisiones, informar es indispensable para cimentar, sostener, y dar forma al compromiso con las partes interesadas. la elaboración de las memorias logra ser de utilidad a la hora de comunicar las oportunidades y los retos económicos, ambientales y sociales de las organizaciones.

Podemos observar que las organizaciones les dan cada día más relevancia a las relaciones externas, ya que estas constituyen elemento esencial para su éxito organizacional, elaborar estas memorias de sostenibilidad vinculan funciones regularmente aisladas particulares de una compañía (finanzas, marketing, investigación y desarrollo) de manera más estratégica.

También dentro de sus beneficios esta la identificación de los puntos conflictivos y oportunidades no previstas, ayudan asimismo al desarrollo de habilidades en la administración de la empresa con el fin de con el fin de evaluar las contribuciones de la organización a los capitales natural, humano y social, permite que se reduzca la inestabilidad y la incertidumbre de la cotización de las acciones en las empresas, así como rebajar el costeo del capital.

De una forma gráfica podemos representar la utilidad y alternativas del uso de los diferentes documentos de la siguiente forma:

## 10. Conclusiones

Se realiza la socialización del plan de responsabilidad social y empresarial para la empresa TEDMAQ S.A.S. teniendo en cuenta todos los aportes del grupo colaborativo del curso de diplomado de profundización en gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial de la UNAD

Se logra un documento en el cual se plasman los conceptos y premisas de la empresa que permitan mantener los altos estándares de calidad y excelencia.

La implementación del Código de conducta busca proteger a la empresa TEDMAQ S.A.S. de posibles consecuencias penales que se puedan derivar de delitos cometidos por cualquier miembro de la empresa.

Se definió un modelo gerencia para la construcción del código, la cual es calidad total este modelo circunscribe la satisfacción de los clientes y es aplicada tanto al bien (productos) como a la organización misma, permitiéndole abordar varios aspectos de la compañía TEDMAQ S.A.S

Por medio de esta investigación se logra tener la estrategia para hacer parte de la compañía a nuestros clientes con sus ideas, pensamientos, motivaciones de vida, que permiten mejorar nuestros productos y aportar al mejoramiento de la calidad de vida de ellos y del planeta.

De acuerdo a investigación de implementación de plan de responsabilidad social empresarial para la empresa TEDMAQ S.A.S se logra identificar los Stakeholders que impactan a la misma los cuales nos van ayudar a analizar y evaluar las partes interesadas del proceso.

Se logran los objetivos y requerimientos del curso diplomado de profundización en gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial creando un plan de responsabilidad social empresarial para la empresa TEDMAQ S.A.S.

Se logra establecer dentro del plan de responsabilidad social empresarial para la empresa TEDMAQ S.A.S los recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta empresarial los cuales se pueden ejecutar en el presupuesto y logrando cumplir con el objetivo del plan.

De acuerdo a investigación se aplican las herramientas y conceptos básicos sobre responsabilidad social empresarial al plan de responsabilidad social empresarial que se crea para la empresa TEDMAQ S.A.S.

Se logra establecer una política de ética corporativa basada en los valores corporativos de la empresa TEDMAQ S.A.S. desarrollando un mejoramiento continuo en los procesos y así mantener una armonía con el entorno social, empresarial, ambiental y con el recurso humano de la empresa.

## 11. Bibliografía

*Activo Legal* . (s.f.). Obtenido de Tomado de:

<http://www.activolegal.com/web/index.php/noticias/actualidad/340-noticia110113n2>

Angel, M. (11 de Agosto de 2011). *Marketing Zaragoza* . Obtenido de Tomado de:

<https://marketingzaragoza.es/2011/08/marketing-corporativo/>

*Auditool*. (s.f.). Obtenido de <https://www.auditool.org/blog/fraude/4726-como-elaborar-un-codigo-de-conducta>

Benavides, F. (31 de agosto de 2018). *YouTobe*. Obtenido de video:

[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=4&v=PBWLIND3KJw](https://www.youtube.com/watch?time_continue=4&v=PBWLIND3KJw)

*Blog Modelos Gerenciales*. (22 de MAYO de 2010). Obtenido de Tomado de:

<http://carolinaaparicio.blogspot.com/>

*Codigo de conducta Deutsche Post DHL*. (s.f.). Obtenido de

[http://www.dhl.com.co/content/dam/downloads/co/logistics/code\\_of\\_conduct/codigo\\_conducta\\_es.pdf](http://www.dhl.com.co/content/dam/downloads/co/logistics/code_of_conduct/codigo_conducta_es.pdf)

*Codigo de conducta empresarial Nestle*. (s.f.). Obtenido de <https://empresa.nestle.es/es/libreria-documentos/documents/publicaciones/codigo-conducta-empresarial-nestle.pdf>

*CONCEPTODEFINICON.DE*. (12 de Abril de 2014). Obtenido de tomado de:

<https://conceptodefinicion.de/objetivo/>

Cortiñas, J. L. (s.f.). *Apuntes Gestion .com*. Obtenido de Tomado de:

<https://www.apuntesgestion.com/b/definicion-negociacion/>

*Definicion ABC*. (s.f.). Obtenido de tomado de:

<https://www.definicionabc.com/derecho/contravencion.php>

Gardey, J. P. (2010). *DEFINICON.DE*. Obtenido de tomado

de:<https://definicion.de/confidencialidad/>

Gardey., J. P. (2008). *Definicion. DE*. Obtenido de tomado de: <https://definicion.de/informacion/>



Gardey., u. P. (2014). *Definicion.DE*. Obtenido de Tomadode: <https://definicion.de/situacion-juridica/>

*Grupo ISP segurosCodigo de Etica*. (s.f.). Obtenido de <https://www.ispseguros.com/etica.php>

*Guia para la elaboracion e implementacion de un codigo de etica en una empresa*. (s.f.). Obtenido de [http://www.repositorio.usac.edu.gt/143/1/03\\_3825.pdf](http://www.repositorio.usac.edu.gt/143/1/03_3825.pdf)

*Ley 256 de 1996*. (s.f.). Obtenido de Tomado de: [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0256\\_1996.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0256_1996.html)

*Manual de la empresa responsable y sostenible* . (2008). Obtenido de <http://www.cepb.org.bo/urse/wp-content/uploads/2014/12/14.pdf>

Merino, J. P. (2008). *Definicion.DE* . Obtenido de Tomado de: <https://definicion.de/estrategia/>

Merino, J. P. (2009). *Definicion.DE*. Obtenido de Tomado de:<https://definicion.de/jerarquia/>

*Mundo Empresarial*. (20 de Agosto de 2013). Obtenido de <http://www.elempleo.com/co/noticias/mundo-empresarial/fomentar-valores-corporativos-es-esencial-para-la-empresa-4384>

*Responsabilidad social corporativa*. (s.f.). Obtenido de tomado de:<http://responsabilidad-social-corporativa.com/codigo-de-conducta-de-una-organizacion/>

*Responsabilidad Social Corporativa*. (s.f.). Obtenido de Tomado de: <http://responsabilidad-social-corporativa.com/codigo-de-conducta-empresa/>

*SlideShare*. (12 de Febrero de 2014). Obtenido de Tomado de: <https://es.slideshare.net/Enriquique/valores-corporativos-31140203>

*Spanish Oxford Living*. (s.f.). Obtenido de tomado de: <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/conducta>

*Spanish Oxford Living*. (s.f.). Obtenido de Tomado de: <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/atemorizar>

*Spanish Oxford Living*. (s.f.). Obtenido de tomado de. <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/comunicacion>

*Spanish Oxford Living*. (s.f.). Obtenido de Tomado de:

<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/cultura>

*Spanish OXFORD Living* . (s.f.). Obtenido de tomado de:

<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/difundir>

*spanishDict*. (s.f.). Obtenido de TOMADO DE:

<http://www.spanishdict.com/ejemplos/oposici%C3%B3n%20o%20desacuerdo%20entre%20personas%20o%20cosas>.

*WIDEUNA*. (20 de Noviembre de 2010). Obtenido de tomado de

[:https://wideuna.blogia.com/2010/112002-modelo-de-calidad-total-y-kaizen.php](https://wideuna.blogia.com/2010/112002-modelo-de-calidad-total-y-kaizen.php)

*Wikipedia*. (s.f.). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n>

*Wikipedia*. (s.f.). Obtenido de tomado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n>

*Wikipedia*. (s.f.). Obtenido de tomado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Proveedor>

*Wikipedia* . (s.f.). Obtenido de tomado de:

[https://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digo\\_de\\_conducta\\_de\\_empresa](https://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digo_de_conducta_de_empresa)

## 12. Anexos

Enlace del video

<https://www.youtube.com/watch?v=-hCW-DW1vTQ&rel=0>