

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
COOPERATIVA DE LOS TRABAJADORES DE LA EDUCACIÓN Y EMPRESARIOS
DEL PUTUMAYO- COOTEP LTDA.**

**ALAIN DE LA HOZ
DEINAR YENELLY HERNÁNDEZ
EDUIN HERNANDO ENCARNACIÓN
YESICA OBANDO ORDOÑEZ
YUDY MILENA RIVERA**

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

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
COOPERATIVA DE LOS TRABAJADORES DE LA EDUCACIÓN Y EMPRESARIOS
DEL PUTUMAYO- COOTEP LTDA.**

GRUPO: 101008_21

PRESENTADO POR:

**ALAIN DE LAHOZ _72215239
DEINAR YENELLY HERNÁNDEZ _1152201927
EDUIN HERNANDO ENCARNACIÓN _ 1123321832
YESICA OBANDO ORDOÑEZ _1026145875
YUDY MILENA RIVERA _1193533199**

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

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	7
Abstract	8
Introducción.....	9
1. Objetivos	10
1.1. Objetivo General.....	10
1.2. Objetivos Específicos.....	10
2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial empresa COOTEP LTDA	
10	
2.1. Direccionamiento estratégico.....	10
2.2. Formato de evaluación del desempeño	12
2.3. Justificación plan de responsabilidad empresarial	13
3. Código de Conducta.....	14
3.1. Modelo gerencial seleccionado, propuesto por Deming	14
3.2. Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta ...	14
3.3. Código de conducta de la empresa seleccionada.....	15
3.4. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta	21
Glosario	23
4. Stakeholders	23

4.1. Breve descripción de los Stakeholders.....	23
4.2. Mapa genérico de Stakeholders.....	24
4.3. Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre la empresa seleccionada y los Stakeholders (actores) identificados.....	28
5. Plan de responsabilidad social empresarial.....	30
5.1. Plan de responsabilidad social empresarial –COOTEP LTDA.	30
5.2. Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders)	32
5.3. Modelo de informe de gestión recomendado.....	33
6. Conclusiones	36
7. Bibliografía	37
Anexos(enlace de Video)	38
Poster.....	43

Lista de tablas

Tabla 1. Formato de evaluación Impacto empresa Cooperativa de los Trabajadores de la Educación y Empresarios del Putumayo COOTEP LTDA.....	12
Tabla 2. Presupuesto para la implementación del código de conducta de la Empresa Cootep Limitada	22
Tabla 3. Plan de responsabilidad social empresarial –COOTEP LTDA.....	30
Tabla 4. Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders) tanto internos como externos	32

Lista de Figuras

Figura 1. Mapa genérico de Stakeholders (Fuente Elaboración propia)	24
Figura 2. Matriz de Influencia / Impacto (Fuente elaboración propia)	28

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial es una gestión ética de las empresas que les permite actuar de forma positiva para con su entorno, tanto con sus trabajadores y clientes como con el medio ambiente.

Por tanto, al cumplir con los deberes de responsabilidad social, esto supone un valor añadido para las empresas, quienes se benefician al perfeccionar su situación frente a la competencia y tener una mejor imagen ante los clientes, sobre todo ante memorias de RSE que reseñen sus aportes a la sociedad.

Este factor, el cual trasciende a las normativas y leyes que se cumplen diariamente en la empresa, logra que un negocio obtenga el respeto de la sociedad y de los empleados, así como que los inversionistas se sientan atraídos por negociar con una compañía responsable con su entorno, razones suficientes para recibir asesoramiento en este aspecto.

Este documento encontramos el paso a paso de la construcción de un plan de responsabilidad social empresarial, de la cooperativa COOTEP LTDA, a partir del estudio de sus prácticas e impacto sociales, económicos y ambientales en su medio, pasando por visibilizar sus definiciones importantes, identificación de stakeholders y su relación de autoridad con los objetivos de la cooperativa, hasta llegar a la finalización de la construcción de un plan de responsabilidad social definido y preciso.

Palabra claves: Responsabilidad social, Código de conducta, Direccionamiento Estratégico, Competencia, Stakeholders

Abstract

Corporate Social Responsibility is an ethical management of companies that allows them to act in a positive way towards their environment, both with their workers and customers and with the environment.

Therefore, when complying with the duties of social responsibility, this supposes an added value for the companies, who benefit from perfecting their situation in front of the competition and having a better image before the clients, especially before CSR reports that outline their contributions to society.

This factor, which transcends the regulations and laws that are met daily in the company, ensures that a business obtains the respect of society and employees, as well as that investors are attracted to negotiate with a responsible company with their environment, sufficient reasons to receive advice in this regard.

This docum COOTEP LTDA ent shows the step by step of the construction of a corporate social responsibility plan, of the COOTEP LTDA cooperative, based on the study of its social, economic and environmental practices and impact in its environment, including the visibility of its important definitions, identification of stakeholders and their relationship of authority with the objectives of the cooperative, until the completion of the construction of a defined and accurate social responsibility plan..

Key words

Social responsibility, Code of conduct, Strategic management, Competition , Stakeholders

Introducción

En la actualidad la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), viene cobrando relativa importancia en el mundo. Siendo esta la clave para el desarrollo del país y la sociedad en general.

Las empresas apuntan hacia el desarrollo sostenible, que busca esencialmente, el equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente.

Es por eso, que aquellas que aún no son socialmente responsables, deben enfocar sus esfuerzos a lograr este objetivo. para lo cual los estudiantes del Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial, hemos tomado la iniciativa de estudiar el proceso necesario para el desarrollo de un plan de responsabilidad social a través de diferentes fases; primeramente se postulan diferentes empresas de nuestro entorno, se selecciona una de ellas, en este caso, la Cooperativa de los Trabajadores de la Educación y Empresarios del Putumayo COOTEP LTDA.

Posteriormente se realiza una evaluación de desempeño económico, social y ambiental con el objetivo de justificar la necesidad de elaborar el plan de Responsabilidad Social Empresarial (RSE); en la segunda fase se redacta el código de conducta de la empresa, a través de la selección de un modelo gerencial, la identificación de las guías e iniciativas mundiales para la construcción del código de conducta y su definición de recursos financieros y decisión de inversiones; en la fase 3 se realiza un video de contextualización sobre RSE vs Marketing; en la fase 4 se diseña el mapa genérico de los Stakeholders para la empresa seleccionada y se diligencia la matriz de relaciones; en la fase 5 se elabora el plan de responsabilidad social empresarial determinando en plan de comunicaciones y recomendando un modelo de informe de gestión que se ajuste al plan elaborado; finalmente en la fase seis se socializa el plan de responsabilidad social empresarial propuesto para la Cooperativa de los Trabajadores de la Educación y Empresarios del Putumayo, a través de la consolidación del proyecto de investigación realizado durante el período académico mediante una sustentación.

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

Proponer un plan de responsabilidad social empresarial para la Cooperativa de los Trabajadores de la Educación y Empresarios del Putumayo COOTEP LTDA.

1.2 Objetivos Específicos

- ✓ Identificar a través de una evaluación el desempeño económico y social de la empresa COOTEP LTDA:
- ✓ Redactar un código de Conducta de la empresa COOTEP LTDA, con el direccionamiento y estudio de conceptos de la Responsabilidad Social Empresarial “RSE”.
- ✓ Estudiar la temática de relaciones públicas y la responsabilidad social cooperativa, bajo el análisis de la actividad económica de una empresa del sector real- COOTEP LTDA.
- ✓ Diseñar un mapa genérico de los Stakeholders de la empresa COOTEP LTDA.
- ✓ Identificar el modelo de gestión RSE que más se ajuste a la empresa COOTEP LTDA.

2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial empresa COOTEP LTDA

2.1 Direccionamiento estratégico

Misión

Participar activamente con calidad humana, en el movimiento cooperativo dentro del sector de la economía solidaria, ofreciendo servicios especializados en ahorro con mayor rentabilidad, facilidad de créditos y otros de carácter social, de manera eficaz y oportuna.

Visión

Ser reconocidos a nivel nacional como la Cooperativa Putumayense más eficiente, solvente y líder en servicios financieros y sociales que transmite una imagen de confianza credibilidad y progreso; con calidad humana y tecnología adecuada que contribuye a mejorar la calidad de vida de sus asociados y de la comunidad en general.

Valores cooperativos

Ayuda mutua: se basa en la creencia de que toda la gente puede y debe controlar su propio destino, sin embargo, el completo desarrollo individual solo puede lograrse en asociación con otras personas.

Equidad: se refiere a la forma en que se trata a los miembros dentro de la cooperativa. a la hora de retribuirse su participación en la cooperativa se les debe tratar equitativamente, tales como costo de servicio, distribución de dividendo, asignación de beneficios.

Igualdad: todos los asociados tienen los mismos derechos sin distinción alguna.

Democracia: significa ejercer la libertad, mantener una actitud democrática, estimular la participación y desempeñarse con igualdad y equidad. La democracia debe ser uno de los elementos esenciales del sistema cooperativo, faltando este elemento una organización no puede ser considerada como una verdadera cooperativa.

Solidaridad: los asociados se mantienen juntos luchando por una mejor calidad de vida en igualdad de condiciones.

Responsabilidad: es la obligación de los asociados de responder por los actos propios. Garantizar el cumplimiento de los compromisos adquiridos.

Humildad: actuar de manera sencilla en el trato con los demás, respetando las diferencias y limitaciones individuales.

Transparencia: practicar las reglas, procedimientos u obligaciones de la cooperativa con claridad, sin duda y honestidad.

Excelencia en la gestión: ser mejor todos días, trabajar en equipo y aplicar el mejoramiento continuo, comparándose con los mejores y adaptando las mejoras prácticas.

Atención a los demás: la atención a los demás es un valor del asociado que se compagina con la solidaridad como valor de la cooperativa, sus asociados y la comunidad. No solo es la preocupación por el otro, cuidar del otro, es además velar por la dignidad del otro, respetarlo, acompañarlo, conocer sus necesidades y en lo posible participar en su solución.

Objetivos de COOTEP LTDA.

Objetivo General

Realizar actividades financieras de captación, colocación de recursos financieros y demás actividades tendientes a mejorar la calidad de vida de sus asociados y de la comunidad.

- ✓ Promover el ahorro
- ✓ Desarrollar una cultura de administración de los recursos en los asociados que salvaguarde el mínimo requerido para una vida digna.
- ✓ Propender por la autosostenibilidad de la cooperativa.
- ✓ Impulsar alternativas de beneficio y responsabilidad social en los asociados, funcionarios y la comunidad.
- ✓ Fomentar conciencia solidaria integral y de superación en los asociados.
- ✓ Promover la integración con otras organizaciones del sector solidario y con fines sociales.

2.2 Formato de evaluación del desempeño

Tabla 1. Formato de evaluación Impacto empresa Cooperativa de los Trabajadores de la Educación y Empresarios del Putumayo COOTEP LTDA.

	Problema	Impacto	Prioridad atención (Alta, Media, Baja)
Económico	Interno: mala toma de decisiones en la asignación de recursos económicos destinados a la compra de software, equipos y herramientas que no brindan la utilidad que realmente se necesitan dentro de la cooperativa.	Negativo	Alta
	Externo: prácticas comerciales de publicidad que brindan beneficios solo a un grupo de personas solo por tiempos esporádicos; no se realizan obras que permitan brindar un mejor entorno a las comunidades.		

Social	<p>Interno: la contratación del personal casi siempre está ligada a la intervención con complicidad de algunos directivos.</p> <p>Externo: el servicio ofrecido de créditos no fomenta el desarrollo económico de la comunidad ya que son de libre inversión y por lo general no son invertidos en ideas De negocios.</p>	Negativo	Media
Ambiental	<p>Interno: en la cooperativa la mayoría de los procesos son realizados mediante un uso irracional de una cantidad de papel el cual se origina directamente de la naturaleza.</p> <p>Externo: la cooperativa no cuenta con programas de capacitación y esparcimiento que permitan concientizar a las comunidades del buen cuidado del medio ambiente.</p>	Negativo	Alta

Tabla 1: en esta tabla se muestra el resultado de la evaluación de desempeño que se le efectuó a la empresa COOTEP LTDA con el propósito de evaluar los impactos más importantes y relevantes que afectan su desempeño. Fuente de elaboración propia

Justificación plan de responsabilidad empresarial

Debido a que en el país colombiano en repetidas ocasiones se han presentado problemáticas económicas, esto ocasionado principalmente por la falta de emprendimiento e inversión en ideas de negocios que fomenten la creación de nuevas empresas aprovechando todas las riquezas naturales, de conocimiento y demás; y aun distinguiendo que en las actividades de las cooperativas la responsabilidad es uno de los ejes valorativos fundamentales de estas entidades, que en forma contundente, se marca como una característica distintiva de nuestro sistema solidario y que además intenta poner énfasis en demostrar cómo el mundo de los negocios puede mejorar la sociedad a través de comportamientos e informes transparentes e íntegros; respaldado por el compromiso de los asociados. Se hace necesario elaborar un plan de responsabilidad social empresarial con dirección al mejoramiento económico de las comunidades mediante el uso del dinero desembolsado de las solicitudes de crédito en proyectos productivos y de inversión de negocios que permitan mejorar la calidad de vida de los asociados y la población en general,

mediante el fortalecimiento económico de los municipios, departamentos y el país en general. Por ende el propósito de este Plan de responsabilidad social empresarial es suplir esa necesidad de empresas o microempresas competitivas e innovadoras en el país, tomándolo como una acción que ayudaría a toda una comunidad y que mira más allá de la simple ganancia financiera de una sola cooperativa, es decir, en un crecimiento económico de igualdad, equidad y solidaridad; lo que permitiría obtener un creciente reconocimiento de la cooperativa dentro y fuera del país haciéndola más competitiva, responsable y con mejores resultados, económicos, empresariales y personales

3. Código de Conducta

3.1 Modelo gerencial seleccionado, propuesto por Deming

El modelo Gerencial seleccionado es él es el propuesto por Deming, el cual busca Propiciar y fortalecer la cooperación en todos los ámbitos de la empresa (internos y externos), además de fortalecer y promover el aprendizaje permanente para facilitar las mejores prácticas en pro de la gestión de los procesos; todo con el objetivo principal de lograr la satisfacción del cliente, el cual percibirá un buen servicio al establecerse y aplicarse correctamente este modelo gerencial enfocado en la gestión de la calidad, además de Garantizar la evolución y supervivencia organizacional. Según **Fuente especificada no válida**. “Este modelo está basado en siete criterios:

1. Liderazgo visionario
2. Cooperación (tanto interna como externa)
3. Aprendizaje (continuo)
4. Gestión enfocada en los procesos
5. Mejoramiento continuo
6. Satisfacción del trabajador
7. Satisfacción del cliente (cumpliendo sus requerimientos)”

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

Código de ética empresarial: una guía para la acción – Empresa L’Oreal

Hace énfasis en que el código de ética es la referencia para la ética de la empresa y la guía comportamental para todos sus empleados, en todas sus actuaciones, acciones y decisiones relacionadas con la organización. Aplica y compromete a todos los integrantes de la empresa, desde los directivos hasta el trabajador recién ingresado. El código fue creado en el año 2000. En el año 2007 fue actualizado con la participación de todos los empleados en los diferentes continentes donde la empresa tiene presencia; el documento final fue revisado por todos los gerentes a lo largo y ancho del mundo, destacando que es tal la importancia que su introducción y prologo fue firmado respectivamente por el presidente de la compañía y el comité ejecutivo respectivamente. Para efectos de actualización constante, reciben comentarios constantemente de todos sus empleados en el mundo, que son tenidos en cuenta en las actualizaciones periódicas. Frente a la comunicación, se garantiza la entrega de una copia a todos los empleados que ingresan nuevos y está disponible en la plataforma virtual en diferentes idiomas facilitando su acceso, lectura e interiorización.

3.3 Código de conducta de la empresa seleccionada

Introducción

El presente código de conducta tiene por objeto establecer los lineamientos que han de definir los comportamientos del talento humano y directivos de COOTEP LTDA, soportado en su modelo gerencial, el cual se basa en cuatro pilares fundamentales: la calidad, la ética, el servicio y el mejoramiento continuo de la empresa.

Por lo tanto, el actuar de los empleados y directivos de la empresa COOTEP LTDA va a estar enmarcado en el presente código, con un estricto cumplimiento del mismo, actuando con integridad que significa hacer lo correcto. Es decir, actuar en todo momento de manera responsable, honesta, recta, seria, transparente y de acuerdo con la Ley; interiorizando los valores definidos de la cooperativa como lo son: ayuda mutua, respeto, equidad, igualdad, democracia, solidaridad, responsabilidad, humildad, transparencia, excelencia, servicio.

Confidencialidad empresarial

Las relaciones e intervenciones con los asociados son de tipo confidencial, nuestros colaboradores no deben revelar ningún tipo de información de cantidad de recursos que manejen

los asociados, ni se debe atrever a revelar que cantidad de transacciones ha realizado, la confidencialidad es uno de los valores primordiales, enmarcado en el respeto de los asociados.

Conflicto de interés

“Se considera conflicto de interés, cualquier situación en la cual una persona enfrenta sus intereses personales con los de la empresa en actividades personales o en el trato con terceros, ya sean proveedores, contratistas, clientes u otros, se enfrenta a distintas alternativas de conducta debido a que sus intereses particulares pueden prevalecer frente a sus obligaciones legales o contractuales (actividad laboral o económica), por diferencias en los motivos de quienes intervienen en la relación. Por estas razones, los funcionarios y directores de la empresa COOTEP LTDA. Se abstendrán de participar por sí o por terceros, en actividades que impliquen competencia o en actos respecto de los cuales exista conflicto de interés”. (URRA S.A . ESP, 2017)

Serán cuidadosos en el manejo de cualquiera de estos eventos, describiendo la situación de manera completa y detallada, el empleado deberá comunicarlo a su superior inmediato y/o al responsable del área de Recursos Humanos, a fin de resolver la situación en forma justa y transparente. No abusarán de su condición para obtener beneficios personales, de proveedores, contratistas o clientes para sí o para terceros, relacionados con los servicios de la empresa.

Es deber de COOTEP LTDA y de sus empleados evitar los conflictos de interés con los asociados. En caso de presentarse, prevalecerá el valor como un deber de lealtad con la Cooperativa sobre cualquier interés particular.

Conducta Interna

El trato hacia sus líderes, subalternos o pares de trabajo debe ser de manera cortés y amable, respetando los diferentes conductos de comunicación, facilitando con esto un adecuado clima organizacional, lo cual los asociados podrán evidenciar al tener los distintos puntos de contacto al momento de adquirir los servicios prestados por la cooperativa, propiciando que predomine el espíritu de colaboración, trabajo en equipo que son muy importantes para la cooperativa.

El respeto como valor corporativo, se ve evidenciado en que al interior de la empresa son respetadas las diferentes creencias religiosas de los compañeros y sus familias, pero no es promovida la creación de grupos religiosos ni de participación política, con el ánimo de no crear conflictos o debates innecesarios.

Siendo los asociados la verdadera razón de ser de COOTEP LTDA, la actitud hacia ellos deberá estar regida por la seriedad, el respeto y el profesionalismo en la satisfacción de sus necesidades, basando las relaciones en los principios de integridad, solidaridad, justicia y lealtad.

Favores comerciales

No se permitirá solicitar, aceptar u ofrecer directa o indirectamente gratificaciones, sobornos, dádivas, beneficios, bonos u otro similar de algún proveedor, cliente u otros con el fin de favorecer con negocios a los mismos. Sin embargo, no se busca influenciar indebidamente las decisiones de los clientes o proveedores ofreciéndoles favores comerciales, del mismo modo que exigimos que las decisiones de los colaboradores no sean afectadas por el hecho de haber recibido favores comerciales.

- Se debe informar de inmediato a su supervisor sobre cualquier oferta de honorario o comisión confidencial.
- Cualquier actividad que pudiera ser considerada como un derroche o exorbitante no será ni deberá ser permitida.
- Cualquier oferta de regalos o cualquier otro favor comercial que parezca incompatible con las prácticas comerciales comunes, deberán ser informados de inmediato a su jefe inmediato.

Los dineros confiados por los asociados serán manejados con transparencia, responsabilidad y seguridad, siguiendo políticas razonables y equitativas en la fijación de las tasas de interés de acuerdo con la competencia, el medio, y la normatividad vigente.

Contravenciones

Los empleados y demás terceros vinculados a la empresa COOTEP LTDA debe acatarse a las siguientes contravenciones:

- Nunca nos debemos ver afectados por el uso de drogas o alcohol en el ejercicio de nuestras labores, y se prohíbe estrictamente el consumo, la venta o la posesión de drogas ilegales en el trabajo.
- Los miembros directos y terceros indirectos de la empresa se comprometen a realizar sus actividades comerciales con integridad y prohíbe la corrupción y los sobornos en todas sus formas.
- Los pagos por agilización de servicios son pagos no oficiales (en contraposición a tasas o pagos legítimos y oficiales) realizados a un individuo con el fin de garantizar o acelerar una acción o servicio de rutina del gobierno al cual la persona o empresa que realiza el pago ya tiene derecho.
- Todos nuestros registros deben estar completos, ser exactos y confiables, y prepararse conforme a las leyes y reglamentos aplicables, así como a las políticas y procedimientos contables y de informes financieros de la empresa.

Negociaciones

En COOTEP LTDA el servicio al cliente es importante, por esto los trabajadores de manera continua deben actuar con respeto y acorde a los requerimientos de los asociados, buscando mejorar continuamente a través de estrategias de servicio nuevas, identificando con procesos de evaluación en que se está fallando, todo enfocado a ser una empresa de competitividad a nivel regional gracias al buen servicio ofrecido. COOTEP LTDA buscará operar en el sector cooperativo inspirada en la lealtad, objetividad, transparencia, equidad y buena fe. Como consecuencia de ello, la creación de ventajas en el campo social y servicios financieros estará soportada dentro del marco de un sistema de sana competencia y se mostrará solidaria con la problemática y dificultades específicas del sector cooperativo.

Los proveedores de insumos para la compañía son importantes y por esto se tiene un proceso de selección apoyado en la identificación y valoración de las variables como calidad,

cumplimiento y precio, además en la empresa se tiene bastante clara la confidencialidad de las transacciones realizadas con los proveedores.

Los criterios básicos contemplados por COOTEP LTDA, para la realización de contratos con los proveedores, son la calidad del producto o servicio, las condiciones económicas en que los ofrece y la oportunidad de la entrega o prestación del servicio que aseguran la seriedad, solvencia y solidez de la firma, además, de que pueda demostrar la procedencia de sus activos, condiciones éstas que permiten conocer la integridad de los proveedores.

Ningún empleado puede aceptar de proveedores obsequios, sobornos u otro tipo de ventajas o beneficios, los cuales puedan comprometer acciones irregulares que dañen la imagen de la Institución y deberán abstenerse de realizar actos fraudulentos que deterioren el patrimonio de COOTEP LTDA en beneficio o detrimento de terceros. (ATEHORTUA, 2012)

Uso de la información de la empresa

En nuestra empresa es importante el manejo de los datos y por esto nuestros principios nos conllevan en hacer un uso adecuado, responsable de los mismos y por esto los trabajadores no revelan información de los clientes ni los manejos que se hacen al interior, tampoco todos los empleados deben conocer toda la información de la empresa, pues algunos cargos no requieren el manejo de dicha información.

Comunicaciones estratégicas

El marketing realizado se hace de manera responsable y honesta, sin ofrecer servicios que no sean factibles de cumplirse, además la empresa opta por tener precios y tasas de interés acorde a la ley, sin excesos.

Cultura, social y religión

El perfil de la entidad, al igual que sus instalaciones no podrá ser utilizado para ningún tema que tenga que ver con fines políticos

Los empleos o socios de la empresa COOTEP LTDA no tendrán ningún tipo de discriminación debido a sus costumbres, religión, raza, orientación sexual o discapacidad, se les

ofrecerá un trato digno de tal manera que se sientan a gusto con los beneficios que les ofrece la cooperativa

Los empleados que les llame la atención las cuestiones políticas deberán hacer partícipe de este tipo de eventos en el tiempo libre, por tanto, es terminante prohibido el uso de campañas políticas dentro de las instalaciones de la cooperativa.

Marco Normativo

Cumplimiento de la normatividad vigente

COOTEP LTDA se debe destacar no solamente por su buen nombre, su trayectoria y sus servicios, sino por ser una empresa recta, que cumple con la normatividad vigente para evitar caer en algún tipo de error y de esta manera manchar el nombre de la empresa.

Aceptamos y cumplimos los impuestos de ley y normas porque entendemos la contribución que hacemos al desarrollo económico de nuestra región, concientizamos a los empleados que siempre se debe realizar lo correcto ya que esto genera un ambiente de confianza y excelencia, somos los primeros en respetar el trato justo y salario digno para nuestros empleados.

Capacitación

“La asamblea general de delegados, el consejo de administración y directivos de COOTEP LTDA “propenderán por la adecuada difusión de este código de conducta mediante la aplicación de programas de capacitación y mediante la divulgación oportuna de todas sus modificaciones” u actualizaciones”. (SERFINANZA, 2017)

Obligatoriedad y vigencia.

Las relaciones con entidades estatales que ejerzan funciones oficiales de vigilancia y control se regirán por las normas y procedimientos legales. La Cooperativa no aprueba el ofrecimiento de pagos o dadas en dinero o en especie, por iniciativa de sus empleados o de funcionarios públicos, con el fin de obtener o apresurar decisiones favorables a ella y deberá conducir la relación con ellos con el mayor profesionalismo, seriedad y alto nivel ético.

Todos los empleados de COOTEP LTDA deben conocer y comprender aquellas leyes y normas que les conciernen en el desarrollo de sus tareas y asegurarse de que las actividades de la institución en las que se encuentren involucrados sean conducidas de conformidad con ellas y no tengan relación con personas naturales o jurídicas que se encuentren al margen de la ley.

El presente Código de Conducta es adoptado por COOTEP LTDA. “A manera de reglamento, motivo por el cual el mismo resulta de obligatorio cumplimiento para sus empleados y/o funcionarios. “En esta medida, la violación de las reglas contenidas en el Código de Conducta se considera faltas graves y pueden llegar a constituir una justa causa para dar por terminado el contrato de trabajo, de acuerdo con lo establecido por la ley y los Estatutos” de la cooperativa. (AGRARIO, 2017)

Acta de compromiso. (Ver anexo 1) Apoyado en: Fuente especificada no válida.

3.4 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta

Teniendo en cuenta que el modelo de conducta pretende otorgar las herramientas necesarias para el cumplimiento de objetivos tanto personales como empresariales, mejorar las relaciones, tratos y demás actividades que se vean involucradas en su ejecución, es de vital importancia dar a conocerlo a todos los empleados de la empresa, en sus dos sedes exponiéndolo de la siguiente manera:

Los Recursos Financieros y de inversión para el código de conducta empresarial para la empresa seleccionada COOTEP LTDA

Seguridad: Como principal objetivo para nuestra empresa se prevé presentar seguridad a toda la inversión de nuestros recursos financieros, para estado adecuado de los recursos.

Liquidez: Nuestro compromiso es dar valor a nuestros activos financieros para así convertirlos en dinero, dando así una muy buena representación positiva en liquidez de inversión dentro de nuestra empresa.

Rentabilidad: Dentro de nuestra información financiera tenemos la capacidad de generar beneficios dentro de la operación, para así asumir los riesgos de nuestra inversión sin olvidar los rendimientos positivos para la empresa COOTEP LTDA

Valores éticos y morales: Dentro de nuestra empresa se tendrá en cuenta la importancia de nuestros recursos financiero hacia nuestros emisores, generando así respeto y solidaridad social dentro del entorno ambiental y el ser humano.

Tabla 2. Presupuesto para la implementación del código de conducta de la Empresa COOTEP LTDA

Concepto	Valor unitario	Periodicidad/Cantidad	Valor total
Capacitadores, grupo experto en el Manuel de conducta.	\$200.000	Se realiza tres capacitaciones al mes	\$ 600.000
Salón suficientemente amplio para albergar todos los trabajadores, coordinadores y gerente de la empresa.	\$150.000	Se realiza tres capacitaciones al mes	\$ 450.000
Video beam, para poder proyectar la información	0	El salón cuentas con las herramientas necesarias (sonido, video beam y computador)	0
Impresión del código de conducta en formato de folletos, donde todos los participantes puedan tener acceso a la información teniendo en cuenta el compromiso y mejoramiento continuo de la empresa.	\$200	Por 100 folletos	\$20.000
Refrigerios	2500	Jugo más pastel hojaldrado para 30 personas	\$75.000
Total	\$372.500		\$1.145.000

Tabla 2: Presupuesto para la implementación del código de conducta de la Empresa COOTEP LTDA, “Los códigos de conducta son muy diversos, varían de organización en organización. Algunos solo son una lista de normas Como los 10 mandamientos, en otros casos son textos más extensos que detallan el actuar de los empleados y directivos en diversas situaciones”. Datos obtenidos en el laboratorio (Fuente: Como Crear Códigos de Conducta; Crea; Junio 7 de 2017).

Fuente Elaboración propia

Glosario

Clientes: Los clientes son aquellos que, en la actualidad, están realizando compras o que lo hicieron dentro de un periodo corto de tiempo.

Proveedores: Es una empresa o persona física que proporciona bienes o servicios a otras personas o empresas.

Negociación: Es un proceso en donde los agentes interesados en llegar a un acuerdo sobre un asunto en particular, intercambian información, promesas y aceptan compromisos formales. La negociación se suele dar en forma de diálogo entre las partes, en donde cada uno tiene interés en lo que la otra parte tiene o puede ofrecer, pero no está dispuesto a aceptar todas sus condiciones. De esta forma, cada parte busca que la otra ceda en algo su postura para poder llegar a un punto de acuerdo aceptable por ambos.

Conflictos de interés: Son aquellas situaciones en las que el juicio de un sujeto, en lo relacionado a un interés primario para él o ella, y la integridad de sus acciones, tienen a estar indebidamente influenciadas por un interés secundario, el cual frecuentemente es de tipo económico o personal.

Consulta multisectorial: Mediante la consulta multisectorial se reúne al personal directivo de todos los sectores interesados con el objetivo de obtener consenso para el enfoque multisectorial y el compromiso con un programa de ejecución.

4. Stakeholders

4.1. Breve descripción de los Stakeholders

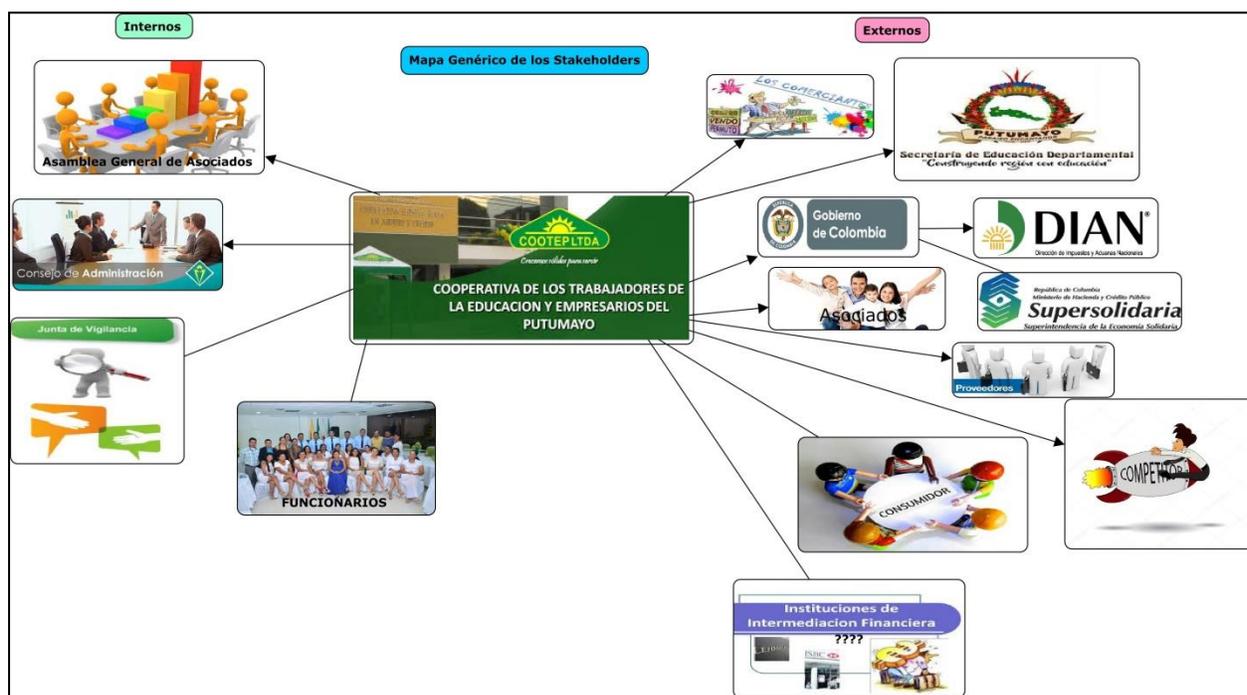
Stakeholders es una palabra del inglés que, en el ámbito empresarial, significa ‘interesado’ o ‘parte interesada’, y que se refiere a todas aquellas personas u organizaciones afectadas por las actividades y las decisiones de una empresa. Se podría considerar por los grupos de interés que rodean a la empresa. (significados.com, 2018)

Existen dos categorías fundamentales de stakeholders.

- **Los stakeholders primarios**, que son aquellos imprescindibles para el funcionamiento de la organización, es decir, todos aquellos que tienen una relación económica directa con la empresa, como los accionistas, los clientes o los trabajadores.
- **Los stakeholders secundarios**, que son aquellos que no participan directamente en las actividades de la empresa, pero que, sin embargo, se ven afectados por ella, como, por ejemplo, los competidores o la comunidad, entre otros.

4.2. Mapa genérico de Stakeholders de la Empresa COOTEP LTDA.

Figura 1, Mapa Genérico de Stakeholders de la Empresa COOTEP LTDA.



La Figura 1 muestra los Stakeholders identificados en la Empresa COOTEP LTDA, teniendo en cuenta que STAKEHOLDER en el ámbito empresarial, significa 'interesado' o 'parte interesada', y que se refiere a todas aquellas personas u organizaciones afectadas por las actividades y las decisiones de una empresa.

Fuente Elaboración propia

Dentro del mapa genérico establecido para la cooperativa COOTEP LTDA. En su entorno **interno** se lista: La asamblea general de asociados, el consejo de administración, la junta de

vigilancia y los funcionarios esto teniendo en cuenta que si estos órganos de control y colaboradores es muy difícil cumplir con las estrategias, objetivos, misión y visión de la cooperativa, quienes toman decisiones, cumplen funciones y tareas de acuerdo con las necesidades. Y en su entorno **externo** se lista a: a la secretaria de educación del Putumayo esto por ser una entidad del estado con más del 52% del portafolio crediticio de la cooperativa, los comerciantes potenciales quienes tienen un alto índice de depósitos en productos de ahorros, el gobierno nacional colombiano que por medio de sus entidades gubernamentales como la DIAN y la Supersolidaria establecen políticas que afectan ya sea de forma negativa o positiva a la cooperativa, los asociados los cuales son la razón de ser de la cooperativa al igual que los consumidores, los proveedores quienes nos facilitan los útiles, herramientas o medios para el desarrollo de cada uno de los procesos, procedimientos, eventos o tareas, los entes financieros quienes ofrecen sus servicios que facilitan las inversiones de la cooperativa y por último los competidores del mercado.

Stakeholders internos

✓ Asamblea general

Estos cobran mayor importancia para la cooperativa debido a que son los que toman las decisiones financieras, aprueban los diferentes proyectos de expansión de la empresa.

✓ Consejo de Administración

Es el organismo encargado de engranar toda la gestión de la cooperativa para alcanzar las metas visionarias proyectadas en el direccionamiento estratégico.

✓ Junta de vigilancia

Es el organismo que tiene entre sus funciones velar por el correcto funcionamiento y eficiente administración de la cooperativa, sin perjuicio del control social, ético técnico, en cumplimiento a los estatutos.

✓ Funcionarios

Son quienes ejecutan las labores misionales de la cooperativa, dando los resultados que se esperan por parte de los diferentes supervisores y directores de los diferentes departamentos dentro de la empresa.

Stakeholders externos

✓ Secretaria de Educación del Putumayo

Gremio de docentes asociados por los cuales se da apertura a la cooperativa quienes influyen de forma significativa en su rentabilidad por ahorro y crédito.

✓ Comerciantes

Segmento del mercado que por sus actividades económicas brindan a la cooperativa oportunidades de inversión por su cantidad de ahorros.

✓ Gobierno

Su importancia para la empresa es alta pues es el que regula la gestión del gerente al tener las leyes y normas para ofrecer los servicios, establece los parámetros dentro de los cuales se debe comportar la empresa para realizar sus actividades misionales.

Super financiera

Es la que controla la cooperativa en aspectos como tasas cobradas, nivel de rentabilidad, que no exceda lo permitido por la ley al hacer las diferentes auditorias, con lo que en un mínimo error se puede ver afectada y hasta cerrada.

DIAN

Es la entidad encargada de garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias en Colombia. Facilita las operaciones de comercio nacional e internacional. Se constituyó como Unidad Administrativa Especial, mediante Decreto 2117 de 1992

✓ Asociados

Su nivel de importancia es el más alto debido a que son los que mantienen activa la cooperativa, con sus aportes, solicitudes de crédito y pagos oportunos, dándoles el trato adecuado en cada uno de los puntos de contacto con el mismo, ofreciéndoles los mejores servicios y

garantizando su satisfacción, cosa que en caso contrario se tendría un déficit de inversión en la compañía.

✓ Consumidores

Es un agente económico con una serie de necesidades; También se define como aquel que consume o compra productos para el consumo. Es por tanto el actor final de diversas transacciones productivas dentro de la cooperativa.

✓ Proveedores

Son quienes ofrecen los diversos servicios de cajeros electrónicos, talonarios, chequeras, comprobantes de consignación, software; su importancia para la cooperativa es alta, pues un incorrecto funcionamiento del software ocasionaría que la compañía no pueda ofrecer sus servicios a los asociados, con lo cual se tendría una mala imagen de la cooperativa y entraría en riesgo sus operaciones futuras.

✓ Entes financieros

Su papel dentro de la cooperativa es de poder al ser los que aportan el capital para su funcionamiento a través de acciones o inversiones netas, se mejora la calidad de los servicios ofrecidos, al tener la disponibilidad de apalancarse.

✓ Competidores

Son importantes porque al descuidar la gestión sin tenerlos presentes es posible que tomen ventaja y con esto la cooperativa se vea afectada negativamente.

Competencia: resulta imprescindible conocer quiénes son nuestros competidores y mantener esta información actualizada para detectar posibles amenazas y tener capacidad de antelación y reacción en el mercado.

4.3. Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre la empresa seleccionada y los Stakeholders (actores) identificados.

Es una herramienta que nos permitirá analizar los vínculos de las causas y efectos de una situación problemática cuando se presentan de forma compleja.

Ventajas y beneficios

Te ofrece una representación visual (para algunos desordenada, es verdad) de las causas y efectos en torno a un elemento objeto de análisis

A diferencia de otras herramientas, esta herramienta te da más facilidad para representar complejas estructuras de conexión, lo que puede ser muy beneficioso cuando enfrentamos desafíos de control de calidad.

Figura 2, Matriz de influencia e impacto de la Empresa COOTEP LTDA.



Figura 1, Muestra la matriz de impacto e influencia de la Empresa COOTEP LTDA, teniendo en cuenta que esta agrupa a los Stakeholders basándose en su participación activa ("influencia") en el proyecto y su capacidad de efectuar cambios a la planificación o ejecución del proyecto ("impacto").

Fuente Elaboración propia.

Impacto alto

Como en toda empresa el factor más importante son sus clientes, en este caso son los asociados, los cuales pueden estar satisfechos solo si los funcionarios o colaboradores también están en el mismo nivel de satisfacción, para brindar lo mejor de ellos; es por esto por lo que se listan donde imparten un impacto alto, quienes tienen un interés y mucho poder, interesados con los que debemos conectar y hacer un esfuerzo para involucrarlos al máximo en el proyecto y mantenerlos satisfechos, incluyendo aun a los competidores quienes también pueden afectar de manera negativa en un alto nivel.

Influencia e impacto alto

Teniendo en cuenta cada una de las funciones de la asamblea general de asociados, el consejo de administración, el consejo nacional colombiano en compañía de sus entidades como son la DIAN y la Supersolidaria; su relevancia en la toma de decisiones, estos deben ser involucrados activamente e informarlos al igual que la secretaria de educación del Putumayo y los entes financieros a quien se debe gestionar de forma constante, con el objetivo de que vean con buenos ojos la función de la cooperativa.

Impacto bajo

En este ítem se lista a los comerciantes y consumidores quien de una forma u otra impactan a los recursos financieros de la empresa, haciendo aportes significativos a quien se debe informar de grandes promociones o servicios, trabajando con ellos para un desarrollo sostenible de la región, además propiciando con esto gracias a su alto nivel de influencia con la comunidad, una buena percepción de la empresa beneficiando así a la cooperativa.

Influencia e impacto bajo

Aunque la junta de vigilancia sea un ente de la cooperativa, que influye en el buen funcionamiento de esta, en la mayoría de casos solo puede ser monitoreada y de acuerdo con sus observaciones o críticas la cooperativa se debe acoger las nuevas medidas o cambios al respecto, y los proveedores quienes a pesar de ser muy importantes, debido a la cantidad que hay en el mercado no se hacen indispensables algunos en específico.

4.4. Plan de responsabilidad social empresarial COOTEP LTDA.

–Tabla 3. Plan de responsabilidad social empresarial – COOTEP LTDA.

DIMENSIÓN	STAKEHOLDRES	OBJETIVO	ESTRATEGIA	PLAZO	RECURSOS FISICOS	INDICADOR	SEGUIMIENTO
	- Proveedores - SED Putumayo - Asociados - Competidores	* Mejor desempeño económico	Aumentar la rentabilidad al Producir bienes y servicios que la sociedad demanda. Cumplir con toda la normatividad actual en pró de defensa al consumidor	3 meses	Oficinas de la entidad en todo el Departamento, papelería, expertos	Valor económico generado y estados Financieros/ Valor de con sus obligaciones y sus indicadores de deuda adeudadas	Informe mensual de rentabilidad y estados
ECONÓMICA	- Comerciantes - Funcionarios - Consumidores - Entes financieros - Gobierno	*Presencia en el mercado	Crear nuevos empleos y revisar las opciones de proveedores Locales para activar la Economía Local.	6 meses	La incorporacion de nuevas tecnologías, Papelería. necesarias en la entidad	Cantidad de Proveedores del mercado No Proveedores	Listado de proveedores contratados
		*Impactos económicos	Apertura y remodelación de agencias en toda la Región, en	12 meses	Muebles y equipos ,	Presupuesto investido /	Informe total de las

	indirectos	especial en lugares de difícil acceso.			papelaría, Tecnología	Valor de ganancias futuras * el % costo beneficio.	agencias del Departamento
SOCIAL	-Funcionarios -Junta de vigilancia -Asamblea General -Consejo de Administración	* Mejorar la relación Empresa Funcionarios	Mejorar la comunicación y la participación de empleados en las desiciones y mejorar las condiciones contractuales	6 meses	Papelería, sala de juntas.	No integraciones Realizadas / No colaboradores participantes	Informe de integraciones con listas de asistencias
		*Mejorar la salud y seguridad en el trabajo	Mejorar las Condiciones laborales actuales e incrementar los programas de bienestar y salud mental.	3 meses	Salon de capacitación, experto.	No de programas de bienestar y Salud mental Programadas/ las ejecutadas.	Informe de ausentismo e incapacidades laborales
AMBIENTAL	-Proveedores -Funcionarios -Asociados	*Adoptar cultura del reciclaje para las diferente áreas de la empresa en especial las areas comerciales	Adoptar nuevas tecnologías digitales para el manejo de transacciones y operaciones aminorando el uso de papelería	6 meses	Equipos digitalizados, equipos biometricos	No de hojas de papel usadas/No de hojas necesarias	Facturas de compra de papeleria de los proveedores

La Tabla 3, uestra el Plan de responsabilidad social empresarial de la empresa **COOTEP LTDA**, teniendo en cuenta es un documento de gestión y evaluación que define el marco y las directrices generales a seguir por una organización en el ámbito de la RSC.

Fuente elaboracion propia

5.2. Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders)

Tabla 4. Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders) tanto internos como externos

DIMENSIÓN	STAKEHOLDERS	FRECUENCIA	MEDIO
	Asociados, Funcionarios		Intranet
ECONÓMICA	Proveedores, Secretaria de educación del Putumayo, competidores, entes financieros Gobierno.	Mensual	Email-personal
	Consumidores, comerciantes		Redes sociales, E-mail
SOCIALES	funcionarios, Junta de vigilancia Asamblea general, Consejo de Administración.	Diario	E-mail, Intranet
AMBIENTAL	Asociados, Funcionarios Proveedores, Consumidores, Comerciantes, Junta de vigilancia Asamblea general, Consejo de Administración.	Quincenal	Redes sociales E-mail Intranet

La Tabla 4 muestra el Plan de Comunicaciones a los interesados STAKEHOLDERS de la empresa COOTEP LTDA; este plan es indispensable para aumentar la eficiencia en el intercambio de información y eso se nota en la productividad y la minimización de errores. Fuente elaboración propia

5.3 Modelo de informe de gestión recomendado

Modelo de gestión rse prohumana

Este modelo de gestión está asociado a una visión de la empresa, donde las actuaciones sociales y ambientales adquieren la misma relevancia que las actuaciones económicas.

El Modelo de Gestión RSE PRO humana, se aproxima a la RSE de las empresas considerando las actuaciones sociales, ambientales y económicas que tiene una organización, pero a partir de la inclusión de dimensiones más exhaustivas, que permiten analizar en mayor detalle la gestión de las empresas.

El Modelo de Gestión RSE PROhumana fue construido a partir de la experiencia y conocimiento técnico que Fundación PROhumana tiene de la RSE.

Modelo de Gestión en el cual se incorporan los aprendizajes adquiridos, y se entregan los lineamientos claves para un proceso exitoso de implementación de RSE. Este proceso permitirá la existencia de empresas sustentables que no se vean afectadas por las presiones de sus grupos de interés.

De esta manera el Modelo de Gestión de RSE considera las siguientes dimensiones:

- ✚ Valores y Coherencia
- ✚ Público Interno
- ✚ Relaciones con los Proveedores
- ✚ Relaciones con los Consumidores
- ✚ Relaciones con la Comunidad
- ✚ Medio Ambiente
- ✚ Relaciones Transectoriales (empresa, sociedad civil y estado.)
- ✚ Aprendizajes Administración

Las dimensiones consideradas dentro del Modelo deben poseer dos características, las que permiten identificar la existencia de una visión integral:

- ❖ **Coherencia:** La coherencia implica que lo que se plantee como valor para una organización, se traduce en formas de realizarlo, en resultados medibles y en un aprendizaje que determinará y

orientará experiencias futuras en la empresa y será posible observar esta coherencia expresada en la misión y sus valores institucionales.

Significa también la interacción entre los procesos de planificación, contabilidad, difusión, diálogo con los shareholders y shareholders y el modo como estos se articula con los valores, objetivos y metas organizacionales.

- ❖ **Innovación:** La innovación debe ser entendida como la capacidad que tiene una empresa de ir gestando nuevas ideas y procesos dentro de la organización. Esto se traduce en prácticas y políticas que abordan en forma creativa las necesidades de sus grupos de interés y los ámbitos de actuación de la organización, sentando un precedente para otras empresas.

¿Cómo lograr la efectividad del modelo?

La empresa para alcanzar y gestionar un buen desempeño, debe considerar los ámbitos de actuación contenidos en cada una de las dimensiones y subdimensiones del Modelo. Pero además, debe trabajar cada una de éstas a partir de los principios fundamentales, características cualitativas, elementos de actuación, indicadores cuantitativos y declaración de políticas de información.

La empresa debe definir por tanto sus objetivos; identificar qué aspectos y a quiénes se abordará, y la forma en la cual se hará; llevar a la práctica sus ideas y proyectos a través del diseño e implementación de políticas; construir indicadores que le permitan medir y evaluar su gestión; y establecer canales de comunicación y diálogo internos y externos con sus grupos de interés, que le permitan retroalimentarse. Sólo así podrá alcanzar el real desarrollo y un mejor desempeño en cada una de las dimensiones. A continuación, se detallan cada uno de estos criterios que dotarán de una mayor efectividad al proceso de aplicación del Modelo:

1) *Principios fundamentales*

Constituyen objetivos que la empresa debiera esforzarse por alcanzar en cada dimensión en particular. Este indicador está orientado hacia características valóricas que fundamentan la adopción de un subdimensión.

2) *Características cualitativas*

Se refieren a las cualidades o aspectos distintivos de cada subdimensión que permite captar las distinciones y principalmente la innovación en la adopción de cada una de las dimensiones. En este sentido, las características cualitativas son las que nos permitirán captar las especificidades de la adopción de cada una de las dimensiones.

3) *Clasificación de elementos de actuación*

Los elementos de actuación están asociados a aspectos de procesos y de la misma gestión de la RSE. Tiene relación con la gestión desempeñada por la empresa en las distintas dimensiones, considerando en este sentido las políticas y prácticas que han sido implementadas dentro de la misma

4) *Cifras absolutas, indicadores relativos y de ratio*

La empresa debe generar indicadores cuantitativos que permitan evaluar el proceso de implementación y los resultados de este. El contar con resultados medibles en el tiempo permite ver cuánto se ha avanzado en las distintas dimensiones, teniendo datos duros y verificables respecto a los avances y progresos, observando los resultados de la gestión.

5) *Declaración de políticas de información*

La empresa debe reconocer la importancia del diálogo con sus partes interesadas, para lo cual necesita definir qué comunica y cómo lo comunica. Esto implica implementar sistemas de comunicación pertinentes a su realidad, de tal manera de asegurar una retroalimentación constante y fluida. Diseñar y poner en marcha mecanismos de diálogo adecuados permitirá no tan sólo informar acerca del desempeño, sino además recibir un feedback de ellos.

Conclusiones

A través del presente artículo se abordó el término de Responsabilidad Social como un cambio de paradigma que permite estructurar el negocio, que nos permitió desarrollar el diagnóstico inicial donde se identificó los stakeholders al igual que las necesidades de la empresa COOTEP LTDA.

Como conclusión el modelo de la responsabilidad social le permite a las empresas no limitarse al sino a velar por que este crecimiento del negocio teniendo en cuenta los aspectos económicos, social y ambiental de esta forma, el proceso no debe ser desarrollado por una sola dependencia sino que debe involucrar a todos los actores internos de la organización COOTEP LTDA.

Por medio de este trabajo se diseñó y construyó el mapa genérico de los Stakeholders y la matriz de influencia –impacto, reconociendo el interés y poder de cada actor en la empresa COOTEP LTDA.

Elaboramos y Estructuramos un código de Conducta de la empresa COOTEP LTDA, con el direccionamiento y estudio de conceptos de la Responsabilidad Social Empresarial “RSE”; además se pudo Elaborar el Plan de plan de responsabilidad social y empresarial, a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales generados por las empresas teniendo en cuenta el Mapa genérico de Stakeholders y su matriz de relaciones influencia-impacto; bajo el análisis de la actividad económica de una empresa del sector real- COOTEP LTDA.

5. Bibliografía

- ❖ Club Excelencia en Gestión. Modelo EFQM (17 de noviembre de 2018). Recuperado de: <http://www.clubexcelencia.org/modelo-efqm>
- ❖ Daniel Peña, D., Serra, A., & Ramón, J. (2017). FACTORES DETERMINANTES DEL CONOCIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR HOTELERO DEL CARIBE COLOMBIANO. *Revista iberoamericana De Estratégica (RIAE)*, 16(2), 104-124. doi:10.5585/riae.v16i2.2475. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=124369750&lang=es&site=eds-live>
- ❖ De la Cruz, C. & Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. (Spanish). *Empresa Y Humanismo*, 19(2), 69-118. doi:10.15581/015.XIX.2.69-118. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=117625019&lang=es&site=eds-live>
- ❖ Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 193-228). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>
- ❖ Fundación PROhumana. Modelo de Gestión RSE PROhumana. Recuperado de: <https://prohumana.cl/wp-content/uploads/2014/07/Modelo-de-Gestion-PROhumana.pdf>
- ❖ Garzón-Ruiz, W., Acevedo-Guerrero, J. & Zárate-Rueda, R. (2014). Estatus jurídico de la responsabilidad social empresarial (RSE) en Colombia. *Díkaion*, 22(2). Recuperado de <http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490>
- ❖ Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de Derecho*, (41), (pp. 51-82). Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&tlng=es.
- ❖ Mercedes Gutiérrez. La Elaboración de un Informe de Responsabilidad Social Corporativa. Diez Consejos Útiles. (IV edición. Curso académico 2005-2006). Recuperado

de:

<https://www.fundacionseres.org/lists/informes/attachments/1048/la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20un%20informe%20de%20rsc.pdf>

- ❖ "Stakeholder". En: *Significados.com*. Consultado: 23 de octubre de 2018, 10:43 pm.
Recuperado de: <https://www.significados.com/stakeholder/>
- ❖ Segunda Webconference del curso diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial; recuperado de:
<https://www.google.com/url?q=https://goo.gl/CigR6N&sa=D&ust=1540247838304000&usg=AFQjCNEkaGnXeRIMgJsyzKCidiKujFXOqA>

Trabajos citados

Cueto, C. &. (2007). *La administración pública de la responsabilidad social corporativa*. Colombia: Cueto, C. & Cuesta.

rodriguez, s. h. (2006). *introduccion a la administracion*. mexico: MC Graw Hill. Obtenido de <https://erods.files.wordpress.com/2013/08/introduccc3b3n-a-la-administrac3b3n-sergio-hernandez-4ta-ed.pdf>

URRA S.A . ESP. (2017). CODIGO DE ETICA Y CONDUCTA EMPRESARIAL . 24.

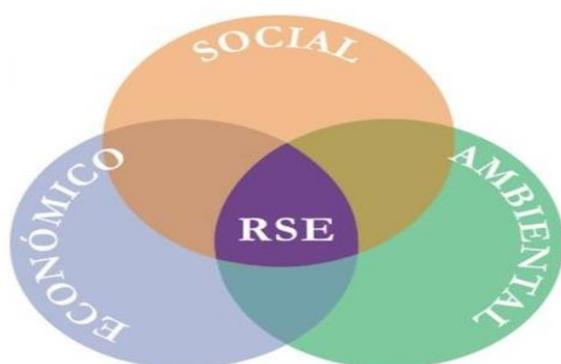
Anexos

Enlace del vídeo que fue subido a

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

Poster

PLAN DE RSE



ECONÓMICO

Aumentar la rentabilidad al producir bienes y servicios y cumplir con la normatividad.

Crear nuevos empleos y revisar opciones de proveedores.

SOCIAL

Mejorar la comunicación y participación de empleados en decisiones.

Mejorar las condiciones laborales actuales.

Incrementar los programas de bienestar y salud mental.

AMBIENTAL

Adoptar nuevas tecnologías digitales para el manejo de transacciones y operaciones

INFORME DE GESTIÓN

DIMENSIONES :

Valores y Coherencia
 Público Interno
 Relación con los Proveedores
 Relación con los Consumidores
 Relación con la Comunidad
 Medio Ambiente
 Relaciones Trisectoriales
 (empresa, sociedad civil y estado.)
 Aprendizajes

**COOPERATIVA DE LOS TRABAJADORES
 DE LA EDUCACIÓN Y EMPRESARIOS DEL PUTUMAYO**

Crecemos Sólidos para servir.