

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
GRUPO EMPRESARIAL ACTIVOS S.A.S.**

**Yáñez Albarracín Gómez
Martha Yolanda Ochoa
Marco Andrés Julio
Sandra Marcela Cabezas
Aura María Rodríguez**

**Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social
Empresarial**

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

Junio de 2019

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
GRUPO EMPRESARIAL ACTIVOS S.A.S.**

**Grupo 101008_3:
Yáñez Albarracín Gómez
Martha Yolanda Ochoa
Marco Andrés Julio
Sandra Marcela Cabezas
Aura María Rodríguez**

**Dra. Maite Concepción Pertuz
Tutora**

**Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social
Empresarial**

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

Junio de 2019

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 0. Introducción | 9 |
| 1. Objetivos | 10 |
| 1.1. Objetivo General | 10 |
| 1.2. Objetivos Específicos | 10 |
| 2. Propuesta del plan de responsabilidad social empresarial (RSE) para el grupo empresarial Activos S.A.S | 11 |
| 2.1. Presentación del grupo empresarial Activos S.A.S | 11 |
| 2.2. Direccionamiento estratégico | 13 |
| 2.2.1 Política integral de gestión: | 13 |
| 2.2.2 Evaluación de desempeño económico, social y ambiental del grupo empresarial Activos S.A.S..... | 16 |
| 1.3 Justificación del programa de responsabilidad social empresarial (RSE) del grupo empresarial Activos S.A.S. | 17 |
| 3. Código de conducta..... | 18 |
| 1.1 Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta..... | 19 |
| 1.2 Generación de código de conducta..... | 19 |
| 3.3. Definición de recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta del grupo empresarial Activos S.A.S. | 22 |
| 4. Stakeholders | 24 |
| 4.1. Descripción de los stakeholders | 24 |
| 1.2 Mapa genérico del grupo empresarial Activos S.A.S | 24 |
| 1.2.1 Actores internos..... | 25 |
| 1.2.2 Actores Externos | 25 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.2.3 Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) del grupo empresarial Activos S.A.S y los Stakeholders (actores) identificados..... | 25 |
| 5. Plan de responsabilidad social empresarial (RSE)..... | 26 |
| 5.1. Presentación de la propuesta de un plan de RSE para el grupo empresarial Activos S.A.S... | 26 |
| 5.2. Plan de responsabilidad social empresarial RSE – Grupo Activos S.A.S..... | 27 |
| 5.3. Plan de comunicación a los Stakeholders | 36 |
| 5.4. Recomendar el modelo de informe de gestión que más se ajuste al plan de responsabilidad propuesto | 37 |
| 6. Conclusiones | 38 |
| 7. Bibliografía..... | 39 |
| 8. Anexo | 41 |
| 9. Lista de Figuras. | 42 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1.Evaluación de desempeño grupo empresarial Activos S.A.S | 16 |
| Tabla 2.Presupuesto de inversión..... | 23 |
| Tabla 3.Plan de responsabilidad social empresarial- Grupo Activos S.A.S | 27 |
| Tabla 4.Plan de comunicaciones a los Stakeholders | 36 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1.Misión Grupo Empresarial Activos SAS..... | 42 |
| Figura 2. Visión Grupo Empresarial Activos S.A.S | 43 |
| Figura 3. Modelo para diseño código de ética empresarial basado en la ética kantiana..... | 44 |
| Figura 4. Mapa genérico de Stakeholders del grupo empresarial Activos S.A.S | 45 |
| Figura 5.Matriz de relaciones (influencia vs. impacto)..... | 46 |

RESUMEN

En el presente escrito se consolida la elaboración del plan de responsabilidad social empresarial del grupo empresarial Activos S.A.S, compañía dedicada a la prestación de servicios temporales que específicamente realiza la administración de recurso humano de sus clientes. El respectivo plan de RSE está desarrollado a partir de diferentes fases, inicialmente se realizó una evaluación de desempeño de la empresa, donde se define la necesidad de realizar un programa de RSE, bajo una serie de estrategias que impacten al grupo empresarial Activos S.A.S., la segunda fase consolida código de conducta empresarial, donde se genera las políticas y responsabilidades que cada actor de la organización debe tener en cuenta para articularse dentro del plan estratégico de la empresa, se tuvo como guía en esta fase las iniciativas mundiales para su elaboración. En la tercera fase se realiza el mapa de Stakeholders y la matriz de influencia, definiendo los diferentes grupos de interés y su nivel de impacto, de ahí, se elabora el plan RSE, bajo los objetivos, estrategias y sus respectivos indicadores, los cuales relacionan el resultado esperado durante su implementación, permitiendo así verificar si las actividades propuestas cumplen con los resultados esperados y de esta manera enfocar a la organización desde su contribución activa y voluntaria a una mejor sociedad colombiana.

Palabras Clave: Indicadores, impacto, medio ambiente, sociedad, estrategia, ética empresarial, conducta, Stakeholders, plan de comunicación

Abstract

This text consolidates the development of the Corporate Social Responsibility plan of the Activos S.A.S. business group, a company dedicated to the provision of temporary services that specifically performs the administration of human resources of its customers. The respective CSR plan is developed from different phases, initially a performance evaluation of the company was carried out, which defines the need to carry out a program of CSR, under a series of strategies that impact the Activos S.A.S. business group, the second phase consolidates the code of business conduct, where the policies and responsibilities that each actor of the organization must take into account to articulate within the company's strategic plan, the global initiatives for the development of global. In the third phase the stakeholder map and the influence matrix are carried out, defining the different stakeholders and their level of impact, hence the CSR plan is developed, under the objectives, strategies and their respective indicators, which relate the expected result during its implementation, this allowing to verify whether the proposed activities meet the expected results and thus focus the organization from its active and voluntary contribution to a better colombian society.

Keywords: Indicators, impact, environment, society, strategy, business ethics, conducts, stakeholders, communication plan

0. Introducción

En la elaboración de todo el plan de responsabilidad social empresarial RSE para el grupo empresarial Activos S.A.S, se desea tener contribución en el desarrollo sostenible de las personas y la sociedad, definido desde el marco de la ética y la interacción de los Stakeholders que son parte activa en el desarrollo del programa de RSE.

La realización del programa de RSE del grupo empresarial Activos S.A.S, se da por la necesidad de construir una serie de estrategias que permitan desarrollar un desempeño organizacional con mayor énfasis a la oportunidad y el resultado, mitigando el impacto de los cambios del mercado y las necesidades específicas de los clientes.

Adicional el programa de RSE permitirá construir de manera conjunta una política ambiental, que permita tener un impacto permanente en el cliente interno y externo. El programa de RSE busca generar implicaciones ambientales, sociales y económicas que puedan impactar e interactuar en el desarrollo productivo del grupo empresarial, así como en la prestación de sus servicios y futuros retos organizacionales.

Todo lo previsto en el programa de RSE está enmarcado desde el código de ética, pues cada actuación del grupo empresarial debe estar sujeta de manera responsable y con un claro fundamento ético, con el fin de crear un ambiente participativo y coherente para todos los actores.

Finalmente, se presentará el desarrollo de un plan de comunicaciones, con el objetivo de socializar el programa de RSE, donde se divulgará las diferentes estrategias que permita transmitir las fases del programa, indicadores y resultados.

1. Objetivos

1.1. Objetivo General

Proponer un plan de RSE para el grupo empresarial Activos S.A.S

1.2. Objetivos Específicos

- Identificar mediante una evaluación de desempeño, las falencias a mejorar con el Plan de RSE en el grupo empresarial Activos S.A.S.
- Elaborar el código de conducta Empresarial, para generar responsabilidades a cada uno de los actores de la organización, de tal manera que cada uno de ellos tenga clara su función y como la puedan desempeñar de manera óptima.
- Construir el plan RSE para cada grupo de interés, basándose en el mapa de Stakeholders y la matriz de influencia, de esta manera poder hacer las comparaciones de los indicadores al implementarlo.
- Diseñar el mapa genérico de los Stakeholders para el grupo empresarial Activos S.A.S
- Elaborar y desarrollar el plan de RSE y plan de comunicaciones

2. Propuesta del plan de responsabilidad social empresarial (RSE) para el grupo empresarial Activos S.A.S

2.1. Presentación del grupo empresarial Activos S.A.S

Datos de la empresa:

- Nombre de la empresa: grupo empresarial Activos S.A.S. conformado por la empresa Activos S.A.S, Serviola S.A.S y Atecno S.A.
- Ubicación: Calle 70 No 9 – 32
- Sector económico en el que se desempeña: Empresa temporal
- Años en el mercado: 36 años
- Número de empleados: 35.000 a nivel nacional
- Número de oficinas a nivel nacional: 25 oficinas
- Región norte:
 - Santa Marta
 - Barranquilla
 - Cartagena
 - Valledupar
 - Sincelejo
 - Montería
- Región Antioquia y Eje Cafetero:
 - Medellín
 - Pereira
- Región centro:
 - Tunja
 - Yopal
 - Ibagué
 - Villavicencio
 - Neiva
- Región sur occidente:

- Cali
- Popayán
- Pasto
- Región oriente:
 - Cúcuta
 - Bucaramanga
- Región sabana:
 - Suba
 - Facatativá
 - Cajicá
 - Madrid
- Región Bogotá:
 - Calle 70 – principal
 - Serviola
 - Atecno

Datos del portafolio de productos y servicios

Qué productos o servicios ofrece:

- Administración integral del recurso humano
- Outsourcing en Gestión Humana, (Selección y Contratación)
- Outsourcing de Liquidación y pago de nóminas
- Outsourcing en servicios especializados
- Impulso, mercadeo, almacenamiento y logística
- Diseño y fabricación de dotaciones

Slogan de la empresa: El talento humano es nuestro mejor recurso

Quiénes son los clientes principales: Más de 500 clientes a nivel nacional de todos los sectores: Corparques, Grupo Brinks de Colombia, Colvatel, Ace seguros, Pontificia Universidad Javeriana, Cheil (Samsung), HP Colombia, Banco BBVA, Fundación social, Fiduagraria, Flores Ipanema entre otras empresas.

Qué porcentaje tiene de la representación del mercado: Primer grupo empresarial en el sector temporal según la revista dinero año 2018 y entre las 250 más grande del país según publicaciones semana, por su nivel de contratación está a la par con el grupo éxito.

Publicidad para el grupo empresarial:

- Publicidad que maneja: Página web, volante en campañas de reclutamiento, portafolio de presentación.
- Imagen que tiene el cliente de los productos o servicios de la empresa: Existe una gran aceptación por parte de los clientes, por la trayectoria, cumplimiento y calidad; garantías ofrecidas por ser una empresa certificada con ISO 9001: 2015 y SGSST 45001
- Redes sociales que utiliza: Facebook
- Estrategias creativas que maneja: Estrategias de comunicación para la gestión del cambio
- Estrategia de Marketing que utiliza: Estrategias comerciales desarrollada desde la Gerencia Comercial y de Servicios, basada en la aplicación de licitaciones en entidades públicas y privadas; adicionales planes de sostenimiento de clientes actuales.
- Manejo de las relaciones públicas: Se cuenta con un área de comunicaciones y bienestar encaminada a construir alianzas estratégicas con los diferentes grupos de interés o Stakeholders.

2.2. Direccionamiento estratégico

2.2.1 Política integral de gestión:

- **Misión**

Estamos comprometidos con Colombia y nuestros Clientes en brindarles Servicios Integrales e Innovadores relacionados con Talento Humano para esto. Ver figura 1.

- **Visión**

En el 2020 seremos la empresa líder en Colombia en la integración de Servicios Especializados para el Suministro de Personal y de Gestión Humana. Ver figura 2.

- **Principios**

Satisfacción: Trabajar día a día para satisfacer a nuestros clientes, empleados y proveedores.

Cumplimiento: Cumplir los acuerdos pactados con los clientes.

Legalidad: Promover la conciencia legal en todos los procesos con nuestra conducta.

Oportunidad: Asegurar el pago correcto, oportuno y justo de nuestras obligaciones.

Confidencialidad: Dar manejo confidencial a la información que tenemos bajo nuestra responsabilidad.

Comunicación: Fomentar permanentemente una comunicación constructiva, amable, respetuosa, precisa y oportuna.

Innovación: Generar soluciones innovadoras y versátiles para mejorar los procesos, maximizando el uso de los recursos y la tecnología.

Versatilidad: Permanecer alerta a los cambios de los clientes y del mercado siendo canalizadores de información para la mejora.

Competencia: Estar comprometidos con nuestro aprendizaje permanente siendo multiplicadores de conocimiento.

Respeto: Nuestra comunicación está basada en el respeto y dignidad hacia el trato de trabajadores, candidatos, clientes y proveedores y la dignidad humana de su trabajo.

Autocontrol: Evaluar y controlar su trabajo, detectar desviaciones y efectuar correctivos en el ejercicio y cumplimiento de sus funciones, así como para mejorar sus tareas y responsabilidades.

Auto regulación: Desarrollar en su interior y aplicar los métodos, normas y procedimientos definidos por la organización que permitan cumplir con las funciones asignadas, mejorar los procesos y cumplir con las disposiciones legales aplicables.

Autogestión: Interpretar, coordinar, ejecutar y evaluar de manera efectiva, eficiente y eficaz su gestión.

Cultura de SST: Promover una cultura de Seguridad y Salud en el Trabajo orientado al autocuidado de los empleados.

Prevención: Implementar de manera anticipada acciones antes que se generen incumplimientos, errores, accidentes o enfermedades.

- **Oferta de valor interna**

Política de Recursos Humanos para el Personal Interno

El grupo empresarial Activos S.A.S. es una empresa que está comprometida con sus colaboradores ofreciéndoles oportunidades de progreso y transformación, garantizando que todo aquel que haga parte de Activos aprenda, se desarrolle y crezca en todo nivel. Esto lo hace, a través de liderazgo colaborativo desde las personas y hacia las personas, con la búsqueda de políticas justas y equitativas, que impacten la parte humana haciendo posible el brillo de la organización y cada uno de sus miembros.

2.2.2 Evaluación de desempeño económico, social y ambiental del grupo empresarial

Activos S.A.S

Tabla 1. Evaluación de desempeño grupo empresarial Activos S.A.S

Fuente. Elaboración propia

| | Problema | Impacto | Prioridad atención (alta, media, baja) |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Económico | <p>Interno: Riesgos financieros: demoras en los desembolsos de entidades financieras, incremento del costo capital en licitaciones con compañías multinacionales, acuerdos comerciales desbordados o fuera del alcance de la inversión, incremento en el presupuesto que no fue definido en los acuerdos de operación, mayores exigencias en las garantías económicas de cada licitación o acuerdo comercial</p> <p>Riesgos técnicos: incremento del dólar y por consiguiente crecimiento en el valor de equipos y costos laborales</p> <p>Externo: Se considera relevante los cambios macroeconómicos, políticas de gobierno y los cambios generados por las economías globales.</p> <p>Adicional se debe tener en cuenta: los cambios desfavorables del sector, el surgimiento de necesidades puntuales de los clientes, cambiando la estandarización de algunos procesos, la reducción del número de clientes, el surgimiento de nuevos competidores y la posición relativa en el mercado.</p> | <p>Clima de incertidumbre</p> <p>Cambios drásticos en la operación del negocio</p> <p>Aumento de inversiones sin retorno económico</p> | Media |
| Social: | <p>Interno: dentro del desempeño social del grupo empresarial, encontramos decisiones estratégicas inmediatistas que impactan la operación y la sostenibilidad financiera, debido a los constantes cambios en el mercado y las necesidades específicas de los clientes</p> <p>Externo: inconformidad en los procesos que interactúan los diferentes Stakeholders, pérdida de credibilidad en el mercado, pérdida de certificación ISO 9001- 2015 y 45001- 2018</p> | <p>Impacto en los acuerdos comerciales con los clientes</p> <p>Pago de cláusulas comerciales</p> <p>Incumplimiento del plan estratégico al 2020</p> <p>Impacto negativo de la evaluación de impacto en la gestión de desempeño social</p> | Alto |
| Ambiental: | <p>Interno: la empresa aún no se encuentra certificada por la norma ISO 14001- 2015, pero algunos de sus clientes pueden estar certificados y se deben revisar la conectividad de procesos que intervengan</p> | <p>Aumento de inversiones no proyectadas</p> <p>Cambios en procesos y estructuras organizacionales</p> | Media |

dentro de los acuerdos de operación,
permitiendo el desarrollo oportuno de los
procesos y el cumplimiento de la norma
Mal uso de los recursos naturales utilizables
y reutilizables en el proceso productivo
Externo: cambios en políticas de gobierno y
cambios generados por las economías
globales en acuerdos ambientales, cambios
presentados en el sector temporal

La tabla 1, muestra la evaluación de desempeño del grupo empresarial Activos S.A.S, con el fin de determinar los impactos y verdadera problemática que permita direccionar el programa de responsabilidad social empresarial (RSE).

Autoría propia

1.3 Justificación del programa de responsabilidad social empresarial (RSE) del grupo empresarial Activos S.A.S.

En una gestión de ética de cada organización, un programa de RSE permite actuar de manera positiva y articulada para con su entorno, tanto los colaboradores, clientes y demás grupos de interés estiman la importancia de mejorar constantemente desde un impacto de responsabilidad social.

Dentro de las prácticas de programas de RSE, nos permite visualizar la reducción de riesgos en negocios de comerciales o de inversiones, las empresas que sostienen un programa de RSE piensan permanentemente en mejorar el impacto social, económico y ambiental. Otra de las razones de mantener programas de RSE, es la posibilidad de sostener ventas, en mercado coloca en una tendencia de aumento a las empresas con marcas o servicios sostenibles.

Para las organizaciones el contribuir a la sociedad es uno de los mayores factores de compromiso actual y significativo que permite atraer y retener un recurso humano confiable y comprometido, con los objetivos propuestos dentro de un plan estratégico. También poder aumentar la competitividad en un mercado local y global que permanentemente busca mejores garantías y un real valor económico adicional, que genere beneficios compartidos para todos los Stakeholders.

Es así como la implementación de un programa de responsabilidad social empresarial para el grupo Activos S.A.S, es la mejor alternativa para mejorar el diagnóstico del impacto social, económico y ambiental, permitiendo resaltar la dinámica de la operación hacia un servicio de excelencia y los diferentes procesos que permiten garantizar el éxito del negocio.

3. Código de conducta

El modelo gerencial que se considera aplica para la elaboración del código de conducta del grupo empresarial Activos S.A.S. es el modelo para la innovación.

Justificación: Activos S.A.S, siendo un grupo empresarial que se especializa en servicios integrales en Recursos Humanos, tiene una oportunidad permanente para interactuar con los diferentes actores de los procesos y dinamizar la gestión de conocimiento, es importante desde este contexto ver la innovación como el motor que transforma las ideas en valor para el cliente interno y externo, generando resultados económicos para los grupos de interés.

El objetivo principal de la innovación es incrementar productividad y competitividad, existe muchas maneras de evidenciar la innovación por medio de un nuevo producto, un nuevo proceso o una nueva forma de hacer las cosas y para eso es importante desarrollar al interior de la empresa un proceso creativo que permita identificar necesidades del negocio y de los clientes como oportunidades, generando un real insumo para desarrollar un modelo de innovación óptimo para el grupo empresarial

Por medio de la innovación podemos desarrollar principios éticos y de conducta que permite generar un mayor nivel de sensibilidad entre los diferentes actores que intervienen en el desarrollo del negocio.

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

Se identificó como una de las guías para la construcción del código de ética del grupo empresarial Activos S.A.S, la ética kantiana.

El filósofo Kant, construye su teoría de ética apelando a la razón. Donde las personas en las organizaciones actúan y realizan acciones con la capacidad del razonamiento moral.

Es también la razón toda capacidad que tiene el ser humano de reflexionar y que permite un mejor relacionamiento con los demás. De esta manera la dignidad y los valores son las actitudes y el comportamiento adecuado hacia las demás personas fomentando el respeto entre unos y otros.

Ver figura 3.

1.2 Generación de código de conducta

Objetivo: Construir las directrices éticas y de conducta de los colaboradores del grupo empresarial Activos S.A.S.

Alcance: El código de conducta será aplicable para la totalidad de colaboradores del grupo empresarial Activos S.A.S, que se encuentren laborando en las sedes principales.

Justificación: Los principios, valores, creencias y comportamientos, son los pilares principales que componen la cultura de una empresa y los mismos están presentes a lo largo de la vida laboral y se encuentran relacionados directamente en nuestro actuar diario como parte de esta. Es por esta razón que la participación de todos los actores de una empresa es lo que compone la cultura y valores de esta. En este sentido, el grupo empresarial Activos S.A.S abordó la construcción del presente Código de Ética y lo divulgó a todos los funcionarios. El Código de Ética, se convierte en una relación de libre decisión, el cual presenta las acciones que conllevan a obtener

una excelente relación tanto entre todos los colaboradores de la empresa, así como de la sociedad en general.

Es importante que este Código se convierta en una herramienta que ayude a transformar la forma de ser y actuar, respetando la diferencia individual, contribuyendo a mejorar el trabajo, a ofrecer un mejor servicio y al crecimiento como verdaderos miembros de una sociedad.

Principios éticos: Para la empresa Activos S.A.S se definen a partir de su misión, visión y el plan estratégico donde se busca satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes; por medio de un servicio basado en la calidad, eficacia y la eficiencia, suministrando soluciones integrales, innovadoras y oportunas en todo lo referente a servicios especializados para el suministro de personal y de gestión humana.

Los principios éticos que son inherentes a código de ética de la empresa Activos S.A.S. son:

Autocontrol: Es la capacidad para evaluar y controlar su trabajo, detectar desviaciones y efectuar correctivos en el ejercicio y cumplimiento de sus funciones, así como para mejorar sus tareas y responsabilidades. Este principio permite generar un clima de confianza con todos los actores de la organización y con los clientes.

Auto regulación: Es la capacidad para desarrollar y aplicar los métodos, normas y procedimientos definidos por la Organización que permitan cumplir con las funciones asignadas, mejorar los procesos y cumplir con las disposiciones legales aplicables. Este principio permite generar un nivel alto de dignidad en cada uno de los funcionarios de la empresa, reflejando valores de compromiso y dedicación en cada una de las actividades que se ejecutan bajo un alto estándar de excelencia.

Autogestión: Es la capacidad de todos y cada uno de los funcionarios para interpretar, coordinar, ejecutar y evaluar de manera efectiva, eficiente y eficaz su gestión; de esta manera nos

convertimos en personas íntegras y dispuestas a realizar actividades que impacten al cliente interno y externo.

Declaración de principios éticos y de conducta:

La empresa Activos S.A.S, debe observar a sus actividades los siguientes principios éticos y de conducta que son vitales para el buen desarrollo del ejercicio organizacional:

- Se someterá a la constitución, tratados internacionales, leyes y demás reglamentaciones que regulan las actividades propias del objeto social de la Compañía.
- Los socios, directivos, administradores y funcionarios deben obrar de buena fe y honestidad en el desarrollo de su gestión.
- Los Estados Financieros, son el reflejo exacto de los manejos en cada una de las transacciones que se ejecutan en la organización
- La información que se emita con destino a terceros sea a entidades oficiales o privadas, corresponderá a la verdad y debe ser siempre confiable

Prohibiciones

- El desconocimiento de estos principios puede acarrear sanciones disciplinarias, civiles o penales según la gravedad de la falta, por tal razón la empresa debe divulgar su código de ética y garantizar que todos sus funcionarios lo conozcan
- Se prohíbe utilizar la información para obtener beneficios de lucro personal o para lucro de terceras personas
- Se prohíbe abrir correspondencia o leer documentos expresamente definidos como confidenciales, que no sean de su competencia.
- Se prohíbe fotocopiar, enviar por correo electrónico, o compartir por cualquier medio sin autorización del superior inmediato documentos, especialmente para enviarlos a terceros
- Se prohíbe el uso de las herramientas dispuestas por la organización para fin personal

Proceso sancionatorio:

Faltas se calificarán en: Leves, Graves y Gravísimas, las cuales serán sancionadas con llamado de atención, amonestación con o sin anotación en la hoja de vida y hasta suspensión del contrato de trabajo, definido cada uno de los casos por el área jurídica de la empresa.

3.3. Definición de recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta del grupo empresarial Activos S.A.S.

Para el proceso de implementación del código de conducta, definido a partir del modelo gerencial para la innovación, se hace necesario disponer de recursos económicos con miras al mejoramiento continuo de la organización y el adecuado desarrollo de las habituales actividades de la organización.

El grupo empresarial enfoca cada uno de sus esfuerzos en la orientación de un servicio de excelencia, buscando siempre crear valor a las expectativas de los clientes o empresas usuarias, sin embargo, es importante atender los recursos para la implementación del código ético y de conducta del grupo, teniendo en cuenta sus políticas, responsabilidades e impacto.

Estados financieros Accountability: los estados financieros del grupo empresarial Activos S.A.S., los ingresos corresponden principalmente al método de participación de la empresa Activos S.A.S, Serviola S.A.S. y Atecno S.A.

En el año 2018, los ingresos por la operación de las empresas ascendieron a COP 2.450 millones, 12 % por encima del año anterior. Los gastos de administración bajaron a COP\$680 millones, inferior en 8% al año 2017. El ejercicio arrojó una utilidad operacional de 15.6 %, lo que indica un crecimiento de 22%.

- **Objetivos promocionales:**

- Ampliar el reconocimiento del código de conducta (personal de planta y en misión)
- Crear una imagen corporativa alineada a los principios del código de conducta a los objetivos estratégicos de la organización, que muestre calidad, solidez, excelencia en el servicio y confiabilidad.
- **Actividades y costos:** A fin de conseguir nuestros objetivos en el plan promocional, definimos cada una de las actividades a realizar:

Tabla 2. Presupuesto de inversión

Fuente. Elaboración propia

| Etapa – estrategia de endomarketing | Acciones programadas | Costos |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Diseño estrategia endomarketing | Objetivos Información que contiene Administrador Estructura: Cabecera Menú Noticias Foro Links Recursos informáticos: Programación y lenguaje | Diseño: 1 mes \$ 2.350.000 |
| Pruebas piloto en la plataforma Activos S.A.S | Creación de Banner en la plataforma interna Pruebas piloto | Pruebas piloto y creación de banner: 5 días \$ 391.500 |
| Entrega de producto y pruebas finales | Lanzamiento, asignación de usuarios y pruebas finales. | Lanzamiento del producto, asignación de usuarios y sostenimiento: 1 mes \$ 2.350.000 |
| VALOR TOTAL | | \$ 5.091.500 + Iva = \$967.385 |
| TOTAL | | \$ 6.058.885 |

| Estrategias promocionales | Acciones programadas | Costos |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Flyer publicitarios por email | Todas las actividades relacionadas en el plan promocional y su presupuesto se estima compartir con el presupuesto del área de comunicaciones. | Diseño, desarrollo e implementación flyer informativos: Costo de producción e implementación: \$ 1.123.699 |
| VALOR TOTAL | | \$ 1.123.699 + Iva = \$ 213. 502 |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | \$ 1.337.201 |
|--------------|---------------------|

| Resumen de costos | Valor |
|------------------------------|----------------------|
| Video institucional | \$ 2 975.000 |
| Estrategia – endomarketing | \$ 6.058.885 |
| Estrategias plan promocional | \$ 1.337.201 |
| Salario de expertos | \$ 4.000.000 |
| Equipo en préstamo | \$ 357.000 |
| TOTAL- INVERSIÓN | \$ 14.728.800 |

Explicación: Dicho presupuesto, sirve para focalizarse en arraigar las mejores decisiones en la organización. Así pues, permite estipular la divulgación del plan de etica.

4. Stakeholders

4.1. Descripción de los stakeholders

Generar un mapa de Stakeholders, permite identificar su nivel de interacción con la empresa, donde podemos encontrar una conexión organizacional interna, aquí están los empleados y accionistas o socios; por otro lado, los conectados directamente como son los clientes, entidades financieras, distribuidores, proveedores. También están los externos como el gobierno, medios de comunicación y la sociedad en general.

1.2 Mapa genérico del grupo empresarial Activos S.A.S

Ver figura 4.

Explicación: 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.

1.2.1 Actores internos

Propietarios /Accionistas: Son directamente los dueños de las acciones de la empresa.

Directivos: Tienen el poder y la función de dirigir al grupo empresarial Activos S.A.S

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

Clientes: Personas que adquieren los productos y servicios de la empresa.

Proveedores: Son los que proveen a la empresa de sus necesidades

1.2.2 Actores Externos

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 y donde el grupo empresarial Activos S.A.S. aporta mejoras que benefician 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.

1.2.3 Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) del grupo empresarial Activos S.A.S y los Stakeholders (actores) identificados.

Ver figura 5.

Explicación: La matriz, en base a unas variables coloca la interrelación que se da entre estas y la envergadura de su impacto a nivel organizacional.

5. Plan de responsabilidad social empresarial (RSE)

5.1. Presentación de la propuesta de un plan de RSE para el grupo empresarial Activos S.A.S

Los empresarios en un país como Colombia con un pujante nivel de emprendimiento están actualmente garantizando un desarrollo sostenible, donde se busca garantizar en inversiones hacia el progreso social y económico, así como el cuidado del medio ambiente y los recursos naturales.

Las empresas actuales en el movimiento global buscan visualizar los retos que imponen el desarrollo, invierten en nuevas ideas y tecnologías diseñadas para garantizar impacto constante en la sociedad creciente.

La propuesta que se genera para el programa de RSE del grupo Activos S.A.S, busca garantizar actores conscientes en RSE con un alto nivel de sostenibilidad e impacto a largo plazo.

5.2. Plan de responsabilidad social empresarial RSE – Grupo Activos S.A.S

Tabla 3. Plan de responsabilidad social empresarial- Grupo Activos S.A.S

Fuente. Elaboración propia

| <i>Dimensión</i> | <i>Stakeholders</i> | <i>Objetivo</i> | <i>Estrategia</i> | <i>Plazo (semanas)</i> | <i>Recursos</i> | <i>Indicador</i> | <i>Seguimiento</i> |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Económica | Accionistas, colaboradores, entes de control, junta directiva, empresas cliente a nivel nacional, cliente interno y proveedores | Apoyar la sostenibilidad financiera por medio de procesos eficientes, servicio de excelencia y la optimización de servicio | <p>Acelerador de productividad: herramienta de comunicación que busca dinamizar y optimizar equipos de trabajo creando ambiente de confianza, motivación y propósitos que lleve a cumplir objetivos y metas propuestas.</p> <p>Realización de The World Café en equipos de trabajo: donde la dinámica es realizar una actividad semanal para conseguir ideas sobre asuntos en común. En este paso se escogerá un dinamizador para cada encuentro, no existe un</p> | 6 | Proceso direccionado desde el área de capacitación y entrenamiento | # de personas convocadas a The world café/# de personas que asistieron # de estrategias innovadoras / # de estrategias implementadas | Mensual |

liderazgo específico. Este insumo será trabajado en el siguiente paso “estrategias de innovación abiertas”. Con el insumo adquirido en los world café se subirán los casos de mayor impacto para la organización a un (blog web) dentro de la intranet de la organización que será compartido a todos los funcionarios, creando una dinámica de posibles soluciones. Esta herramienta será generadora de un constante conocimiento para capital humano, que reconocerá a los funcionarios con mayor participación en el blog web con ideas direccionadas y enfocadas a resultados esperados, haciéndose

| | | | | | | | |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| | Accionistas | Globalizar la idea de negocio a través de la expansión de la compañía | acreadores a beneficios para sus equipos de trabajo Implementar políticas de inversiones a corto plazo, esperando resultados al mediano y largo plazo | 12 | Recursos financieros , como capital y créditos | (# países actuales) / (# de países al que se aspira) | Semestral |
| | Acreedores | Mantener al día las obligaciones con los acreedores a través de las estrategias propuestas | Diseñar una política de pagos donde se estimula la credibilidad con las entidades bancarias | 12 | Recurso humano y tecnológico o en el diseño de la política d pagos | (obligaciones actuales) / (Promedio de obligaciones al año) | Trimestral |
| Social y ambiental | <i>Accionistas, colaboradores, entes de control, junta directiva, empresas cliente a nivel nacional, cliente interno y proveedores</i> | Mantener un desarrollo social, permanente y sostenible para todos los Stakeholders | Desarrollo del proyecto concurso innova, es una herramienta de gestión de conocimiento que busca la participación de toda la organización por medio de la motivación, compromiso y creatividad. Objetivo: El enfoque del proyecto es integrar al grupo empresarial en una cultura de participación | 12 | Integración de las áreas de desarrollo humano y capacitación y entrenamiento, premiación del concurso innova e implementación de las ideas ganadoras | (# de ideas postuladas/ # de ideas que cumplen con los requisitos del concurso para ser implementadas) (\$ generación de costos actuales en procesos/ \$ generación de costos con ideas innova) | Quincenal |

social y de generación de ideas bajo una estrategia de conocimiento individual y organizacional, que busca contribuir en la alineación de las personas a los objetivos estratégicos de la organización.

Política:
El proyecto Innova bajo la herramienta de gestión de conocimiento, busca la identificación de talentos centrándose en los resultados innovadores que han obtenido uno o varios individuos.

Requisitos:
La participación será extendida a todo el grupo empresarial, que a su vez deberá inscribir sus ideas durante el mes de Julio.

Las demás fases del concurso se

desarrollarán en los meses de agosto a diciembre; tiempo en que estará activo el concurso Innova. Cada uno de los interesados diligenciará un formato que será publicado durante la etapa de socialización del concurso.

1. Creación de ideas: la participación durante el concurso Innova estará reflejada en las ideas de los participantes, las cuales deberán centrarse en crear impacto, innovación o cambios en los procesos, los temas propuestos son los siguientes: Calidad, medioambiente, económico, seguridad y comunicación; se deberá tener en cuenta que el enfoque durante el concurso es

estar en paralelo a los objetivos estratégicos o de calidad que tiene la organización. Cada idea deberá ser plasmada en el formato indicado.

2. Gestor de ideas: durante este proceso cada participante entregara a su jefe inmediato la idea sustentada para ser evaluados y se definirán las mejores ideas para ser presentadas en la comunidad práctica.

3. comunidad práctica: es un grupo de personas con la necesidad específica de definir conocimiento, que participara activamente durante el concurso Innova, en sus manos está la responsabilidad de escoger las ideas con mayor viabilidad para la organización.

La comunidad de practica estará conformada por un líder que promocioe la cultura de respeto y confianza más los miembros que cumplan con los siguientes roles:

a. Componente técnico: alto nivel de liderazgo en la organización y conocimiento del sistema de gestión.

b. Componente tomador de decisiones: se caracteriza por un alto nivel de liderazgo, experiencia, juicio común y creatividad.

c. Componente pedagógico: líder con habilidades destacadas en comunicación y en servicio.

Durante esta fase el Gestor de ideas hará la socialización de los proyectos escogidos a la comunidad de

práctica, quienes a su vez definirán los proyectos con mayor viabilidad para ser presentados a la Presidencia de la Organización.

4. Seguimiento: el concurso Innova estará bajo el seguimiento del área de desarrollo humano verificando el desarrollo del concurso, por otro lado, la comunidad de practica estará a cargo de definir la idea que se implementará en la organización y el área de compras verificará la reducción del costo durante el proceso de implementación.

5. Premiación: el Concurso Innova estableció premiar a las ideas que durante su implementación califiquen por su rentabilidad y efectividad; se

tendrán en
cuentan los
siguientes
criterios:
Efectividad:
desarrollo de
prácticas que
beneficien la
calidad de los
procesos
organizacionales
Sostenibilidad:
manera en que el
proceso de
implementación
garantiza el
ahorro de recursos
en la Compañía.
La idea debe
establecer una
relación positiva
entre su costo
económico,
tiempo y recursos,
bajo un proceso
socialmente
sostenible y de
impacto para
todos los
Stakeholders.

5.3. Plan de comunicación a los Stakeholders

Tabla 4. Plan de comunicaciones a los Stakeholders

Fuente. Elaboración propia

| Dimensión | Stakeholders | Frecuencia | Medio |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Económica | Accionistas, Junta Directiva, Colaboradores y Acreedores | Mensual para todo el grupo Semestral para Accionistas Trimestral para Acreedores | Reuniones de Alta Gerencia, Publicación de Resultados vía mail y Flyer informativos |
| Social | Accionistas, Junta Directiva, Colaboradores, Empresas Cliente y Proveedores | Quincenal | A través de publicaciones vía mail, redes sociales (Facebook), carteleras de la empresa y Flyer informativos |
| Ambiental | Accionistas, Junta Directiva, Colaboradores, Empresas Cliente y Proveedores | Quincenal | A través de publicaciones vía mail carteleras de la empresa y Flyer informativos |

5.4. Recomendar el modelo de informe de gestión que más se ajuste al plan de responsabilidad propuesto

El Modelo de Informe de Gestión GRI (Global Reporting Initiative) ha sido definido para el plan de responsabilidad social empresarial del grupo empresarial Activos S.A.S, es el que se ajusta a las necesidades puntuales del plan RSE.

Justificación: es una memoria que busca evidenciar el compromiso social del grupo empresarial Activos S.A.S siendo visible para los Stakeholders, identificando la gestión y resultados.

Fases para realizar el reporte:

Fase 1. Etapa de inicial: donde se tendrá en cuenta el plan estratégico de la organización

Fase 2. Etapa de contactos: se involucra y articula a los Stakeholders

Fase 3. Etapa de ejecución: se definen los parámetros de la memoria, se definen los objetivos por parte de la alta gerencia y se establece el cronograma de desarrollo

Fase 4. Etapa de vigilancia: consolidar la información que debe llevar la memoria y poder identificar las oportunidades de mejora.

Fase 5. Etapa de entrega: se consolida la memoria final y comunicar a los interesados.

6. Conclusiones

A lo largo del diplomado se concluyó que en un programa de RSE, una organización es llevada en gran medida a decisiones con compromiso social, donde sus acciones y decisiones son tomadas por el inversionista, para permitir un enfoque direccionado al resultado del programa y caracterizado por políticas que impacten a toda la organización, reafirmando el compromiso de la empresa y de todas las personas que la conforman.

El programa de RSE propuesto para el grupo empresarial Activos, evidencia una participación permanente de diferentes actores que interactúan en el desarrollo organizacional de la compañía y que permite articular ideas y conocimiento para enfocar nuevos proyectos e integración permanente de las áreas y procesos.

La RSE es en realidad un mecanismo de participación que permite explorar desde el sentido social el crecimiento y valor corporativo, creando estrategias que impactan directamente al cliente final y los resultados económicos.

7. Bibliografía

- Alonso, V. (2006). Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España. España : Eumednet.
- Arroyo, R. (2012). Habilidades gerenciales desarrollo y destrezas, competencias y actitud, capítulo 2, 3 y 10. Editorial ECOE.
- Braidot, N. (2014). Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement. México : Ediciones granica .
- Cueto, C. &. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. España: Editorial área de innovación y desarrollo .
- Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. En R. Fernández.
- Gutiérrez, E. (2010). Competencias gerenciales, habilidades conocimiento aptitudes, capítulo 2, 4, 6 y 7. México: Editorial ECOE.
- Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. Revista de Derecho. 41.
- Jarrín, G. (2015). Habilidades gerenciales la gran industria de Quito. Ecuador : Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Narrillos, R. (2013). Economía social: valoración y medición de la inversión social: método SROI. Madrid : Ecobook.

Palacios, F. G. (2014). Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión diagnóstico e impacto en la empresa. Madrid: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.

Prieto, J. (2012). Gestión estratégica organizacional (4a. Edición). México : Ecoe ediciones.

8. Anexo

Presentación contiene las definiciones del marketing social, corporativo del grupo y el sector de economía de la empresa empresarial Activos S.A.S

Link del video: <https://view.genial.ly/5cd84cfe482f4d0f41df9a4c/interactive-content-diplomado-de-profundizacion>

9. Lista de Figuras.



Figura 1. Misión Grupo Empresarial Activos SAS

Fuente: Plan Estratégico Empresa Activos S.A.S año 2018-2020

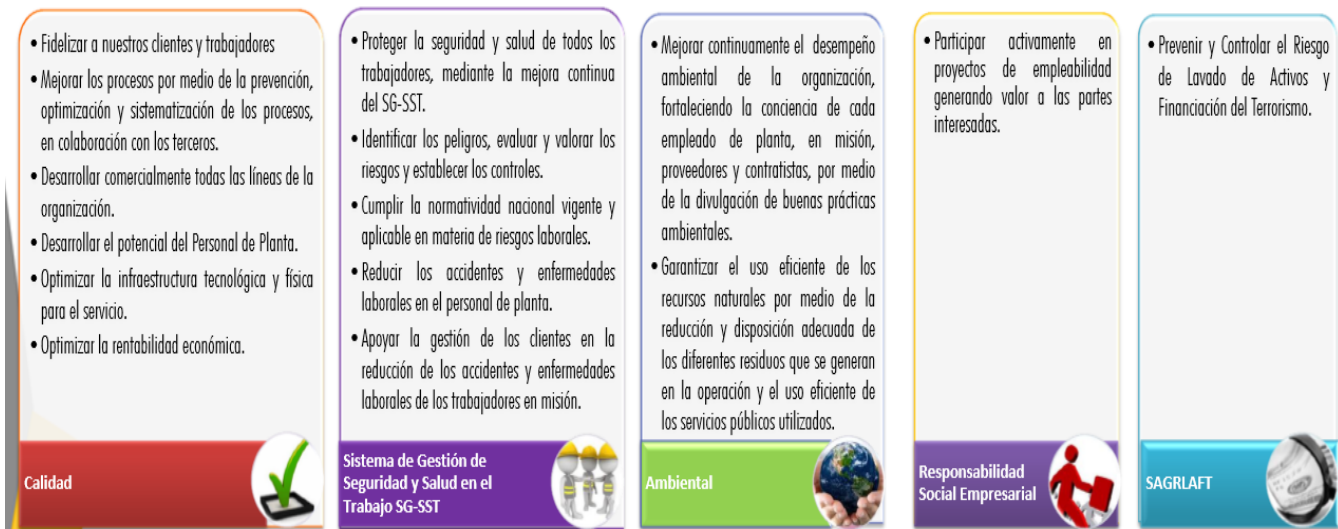


Figura 2. Visión Grupo Empresarial Activos S.A.S

Fuente: Plan Estratégico Empresa Activos S.A.S año 2018-2020

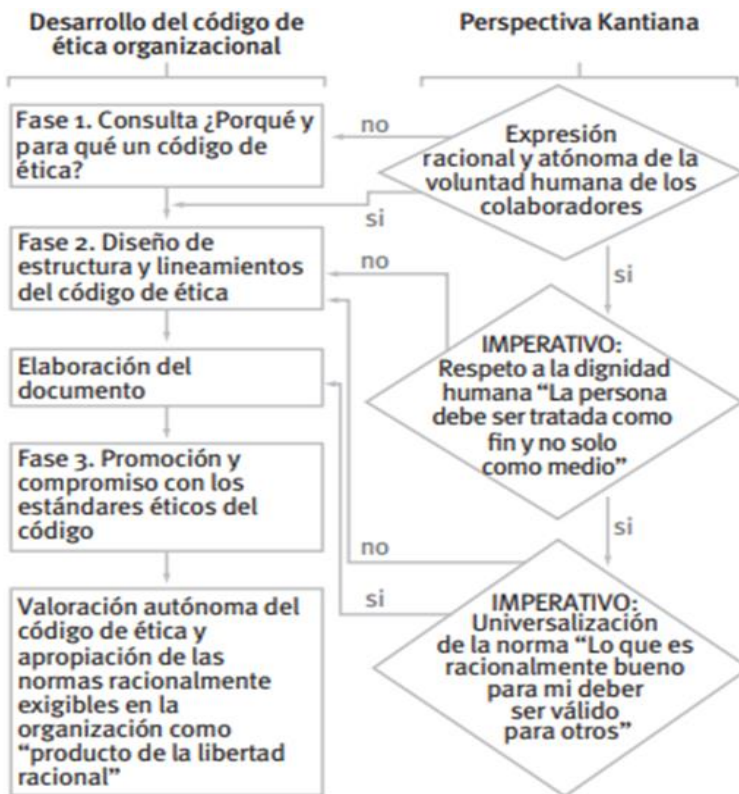


Figura 3. Modelo para diseño código de ética empresarial basado en la ética kantiana

Fuente: <http://www.researchgte.net>



Figura 4. Mapa genérico de Stakeholders del grupo empresarial Activos S.A.S

Fuente. Plan Estratégico Empresa Activos S.A.S año 2018-2020

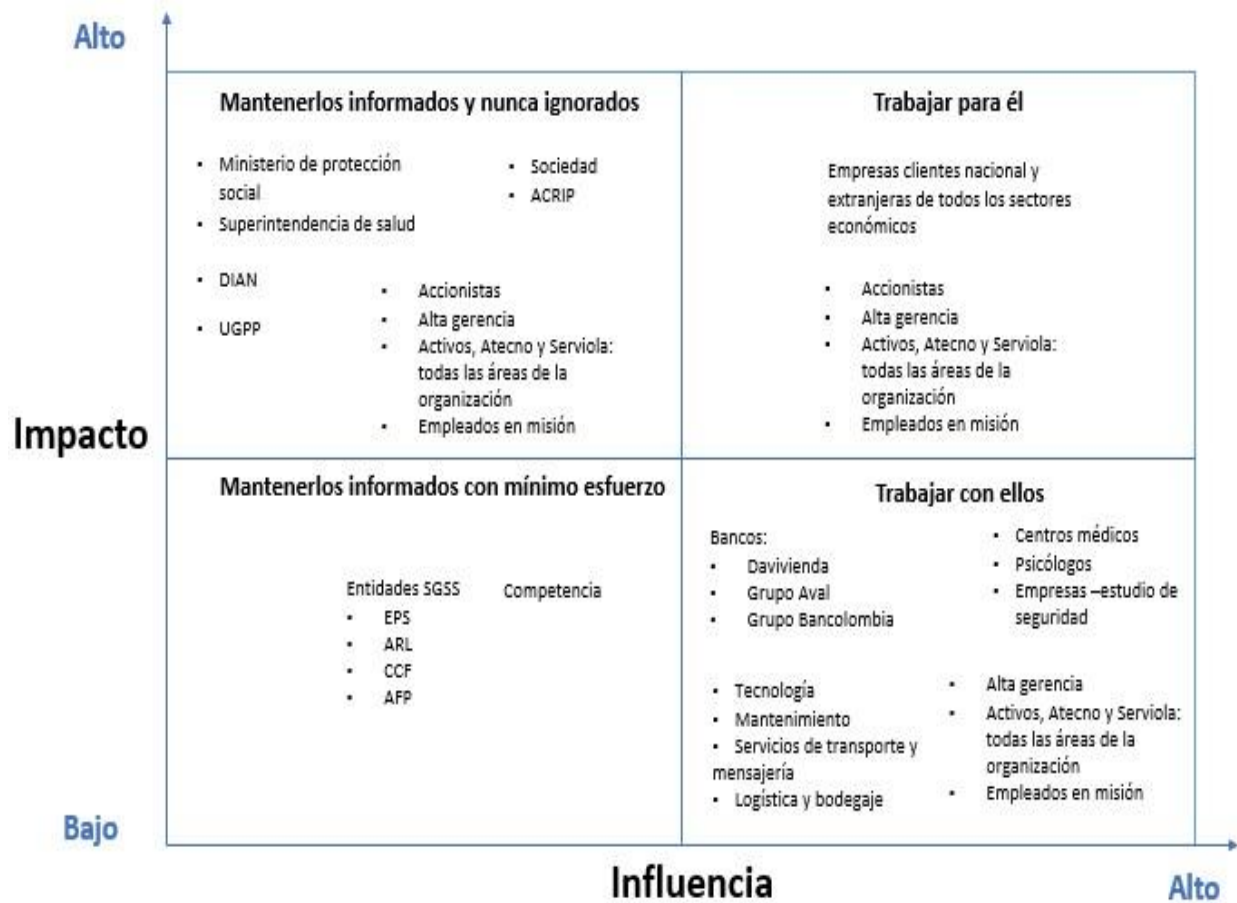


Figura 5. Matriz de relaciones (influencia vs. impacto)

Fuente: Plan Estratégico Empresa Activos S.A.S año 2018-2020