

**Plan de Responsabilidad Social Empresarial
Empresa Estilo Ingeniería S.A**

Deisy Paola Cabezas Briceño
Leidy Yohana Vera Rodríguez
Franky Mauricio Álvarez Rodríguez
Oscar Mogollón Fajardo
Yira Patricia Conde Hernández

Diciembre de 2019

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.
Bogotá D.C - Colombia
Diplomado en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

**Plan de Responsabilidad Social Empresarial
Empresa Estilo Ingeniería S.A**

Grupo 101008_4:

Deisy Paola Cabezas Briceño
Leidy Yohana Vera Rodríguez
Franky Mauricio Álvarez Rodríguez
Oscar Mogollón Fajardo
Yira Patricia Conde Hernández

Álvaro Vásquez Ávila
Docente

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.
Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN
Administración de Empresas
Diplomado en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial
Diciembre de 2019

Contenido

Resumen	6
Abstract	7
Key Words	7
Introducción	8
1. Objetivos	9
1.1 Objetivo General	9
1.2 Objetivos Específicos	9
2. Programa De Responsabilidad Social Empresarial para Estilo Ingeniería S.A.....	10
2.1 Direccionamiento Estratégico (Misión, Visión, Valores)	10
2.2 Evaluación de Desempeño	11
2.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial	12
3. Código De Conducta	12
3.1 Modelo Gerencial de competitividad	13
3.2 Iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta	14
3.3 Código de conducta para Estilo Ingeniería S.A.....	16
3.4 Recursos financieros y de inversión objeto del código de conducta	24
4. Stakeholders	26
4.1 Descripción de los Stakeholders	26
4.2 Matriz de relaciones de stakeholders (influencia/Impacto) entre la empresa seleccionada y los grupos de interés (actores) identificados	30
5. Plan de Responsabilidad Social Empresarial	32
5.1 Plan de Responsabilidad Social Empresarial	34
5.2 Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders)	41
5.3 Recomendación Modelo de Responsabilidad Social Empresarial	42
6. Conclusiones	44
Bibliografía	45

Lista de Tablas

Tabla 1.....	11
Tabla 2.....	25
Tabla 3.....	25
Tabla 4. Plan Responsabilidad Empresarial - Empresa Estilo Ingeniería S.A - Dimensión Economica.....	34
Tabla 5. Plan Responsabilidad Empresarial - Empresa Estilo Ingeniería S.A - Dimensión Social.....	37
Tabla 6. Plan Responsabilidad Empresarial - Empresa Estilo Ingeniería S.A - Dimensión Ambiental.....	39
Tabla 7. Plan de Comunicaciones	41

Lista de Graficas

Gráfica 1. Mapa de Stakeholders. Elaboración propia	29
Gráfica 2 Matriz de relaciones de stakeholders (influencia/Impacto) entre la empresa seleccionada y los grupos de interés (actores) identificados.....	32

Resumen

El presente documento, consiste en la investigación, descripción y análisis de las condiciones, normas, principios, factores y grupos de interés a los que le apunta una empresa colombiana del sector de la construcción y la movilidad vertical para la ejecución de un Plan de Responsabilidad Social Empresarial en el cual pueda enfocar sus valores corporativos en su cadena de valor para atender los requerimientos de aquellas agrupaciones las cuales hacen parte fundamental en la definición de soluciones de la empresa a nivel corporativo y social para cumplir con sus objetivos organizacionales enfocados a la construcción de programas que beneficien a la organización y sus diferentes stakeholders.

La investigación se basó en analizar tanto interna como externamente los factores principales que aportan a un proyecto de RSE, a través de la metodología de estudio de caso, en donde se evaluaron diferentes temas de la organización como código de conducta, RSE vs Marketing, evaluación y clasificación de stakeholders y elaboración y definición de indicadores y modelos de gestión de RSE, lo anterior enfocado en la información recolectada por medio de fuentes internas a la organización y externas.

La anterior investigación permite de manera fácil, la evaluación y comprensión de la importancia de un programa de RSE, para ayudar a la organización a un crecimiento más sostenible y amigable con sus grupos de interés y a un reconocimiento más ameno en el mercado en el que se encuentra, además de los beneficios económicos que puede obtener mediante la implementación de programas sociales y ambientales.

Palabras Claves:

Responsabilidad social empresarial, modelo de gestión, grupos de interés, código de conducta.

Abstract

This document consists of the investigation, description and analysis of the conditions, norms, principles, factors and interest groups to which a Colombia company in the construction and vertical mobility sector points for the implementation of a responsibility plan corporate social in which you can focus your corporate values in your value chain to meet the requirements of those groups which are a fundamental part in the decision making of the company at the corporate and social level to meet its organizational objectives focused on construction of programs that benefit the organization and its different stakeholders.

The research was based on analyzing both internally and externally the main factors which contribute to a corporate social responsibility plan, through the case study methodology, where different topics of the organization were evaluated as a code of conduct, CSR vs. Marketing, evaluation and classification of stakeholders and development and definition of indicators and models of CSR management, the above focused on the information collected through internal sources to the organization and external.

The previous research allows in an easy way, the evaluation and understanding of the importance of CSR, to help the organization to a more sustainable and friendly growth with its stakeholders and to a more pleasant recognition in the market in which it is located, In addition to the economic benefits that can be obtained through the implementation of social and environmental programs.

Key Words:

Business social responsibility, Management model, Interest groups, Code of conduct.

Introducción

La importancia de la realización de este trabajo está dada por la relevancia que implica para la empresa ESTILO INGENIERÍA S.A poder adoptar e implementar un plan de responsabilidad social empresarial (RSE), para establecer aquellos aspectos socioeconómicos y ambientales en las cuales la compañía puede aportar en beneficio propio y hacia la comunidad, mediante el seguimiento y evaluación del cumplimiento de las estrategias, políticas y/o principios establecidos para el desarrollo de este proyecto como punto de partida para una sostenibilidad organizacional. Para ello fue necesario identificarnos con la organización y con su direccionamiento estratégico; conocer el propósito, la motivación y su proyección a futuro buscando así la manera de impactar positivamente en su entorno y en los Stakeholders que de alguna forma puedan verse afectados por las operaciones y decisiones de la empresa.

A través de la RSE se busca facilitar espacios y medios que permitan el diálogo como solución asertiva a los requerimientos, conflictos o malos entendidos que pueden surgir dentro del ambiente laboral o en el relacionamiento con clientes y proveedores, así, estos conflictos se escalan con sentido de oportunidad y voluntad de resolución final satisfactoria para todas las partes.

Es importante resaltar que el programa de RSE diseñado para Estilo Ingeniería S.A, integra los principios propuestos por la organización internacional del trabajo (OTI), el instituto Ethos de Brasil y lo propuesto por Business for Social Responsibility, por lo tanto, con el presente documento pretendemos alinear la estrategia y gerencia organizacional de Estilo ingeniería S.A con una intención de RSE que identifique el impacto económico, social y ambiental que podría generar la empresa con diversas estrategias medibles para su cumplimiento y que en todo momento este orientado a encontrar un punto de equilibrio entre el rendimiento financiero de la organización y el bienestar de una comunidad.

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

Elaborar el Plan de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Estilo Ingeniería S.A

1.2 Objetivos Específicos

- Proponer una empresa del mercado que permita la elaboración de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial.
- Redactar el código de conducta para Estilo Ingeniería S.A
- Realizar un video de contextualización sobre RSE Marketing Social Vs. Marketing Corporativo.
- Diseñar el mapa genérico de los stakeholders para Estilo Ingeniería SA.
- Elaborar el plan de acción con las estrategias que le permitan a Estilo Ingeniería S.A posicionarse en el mercado como una organización social y ambientalmente responsable.

2. Programa De Responsabilidad Social Empresarial para Estilo Ingeniería S.A

Estilo Ingeniería S.A, es una empresa colombiana que lleva más de tres décadas en el mercado y el sector de la construcción e inmobiliario, tiene clientes en países como Colombia, Panamá, Costa Rica, Ecuador, Honduras y Guatemala. Sus productos ofertados son: ascensores, escaleras eléctricas, actualizaciones tecnológicas, acabados y diseño, soporte y servicio de calidad en cuanto al transporte vertical. En su historia cuenta con más de 8.000 ascensores vendidos e instalados.

Hoy en día la empresa cuenta con más de 1.000 empleados, con dos sedes en Bogotá, equipos en 37 ciudades del país, subsidiarias en Panamá, Costa Rica y representantes en Ecuador, Honduras, Perú y Guatemala.

2.1 Direccionamiento Estratégico (Misión, Visión, Valores)

Misión

Brindar soluciones y experiencias de movilidad vertical a las personas.

Visión

En el 2020, tener un posicionamiento y reconocimiento en el mercado que nos permita ser la empresa de transporte vertical N° 1 en la mente y corazón de los clientes y usuarios, donde tengamos operación

Valores

- Responsabilidad
- Respeto
- Lealtad
- Sencillez
- Perseverancia
- Transparencia

2.2 Evaluación de Desempeño

	<i>Problema</i>	<i>Impacto</i>	<i>Prioridad atención (alta, media, baja)</i>
Económico	<p>Interno: Falta de gestión en el mejoramiento de la cadena de suministro de la empresa para buscar eficiencia en recursos de materia prima, métodos de transporte, distribución y almacenamiento.</p> <p>Externo: Falta de apoyo a proveedores pequeños y/o Pymes con futuro de crecimiento y sostenibilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Perdida de proveedores y materias primas de calidad • Inflación en costos de transporte y distribución • Falta de control de inventarios y stock por métodos de almacenamiento costosos y poco eficaces • Falta de estrategias organizacionales para la sostenibilidad de la empresa <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Inflación de costos de producción • Inflación en los precios de venta • Baja rentabilidad y utilidad • Tensiones en las relaciones con proveedores • Falta de crecimiento económico en el país a causa de no apoyar a las pequeñas empresas 	Baja
Social	<p>Interno: Falta de estímulos y salario emocional para los trabajadores de la empresa, en el cumplimiento de sus objetivos personales, familiares y profesionales.</p> <p>Externo: Falta de apoyo a comunidades sociales que requieren recursos y apoyo en su actividad y sostenimiento (Fundaciones, comunidades indígenas, desplazados, otros)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Baja productividad en los trabajadores • Desmotivación en los objetivos organizacionales • Falta de lealtad de los trabajadores • Rotación de personal por falta de motivación • Monotonía en los espacios de trabajo • Déficit en plan de bienestar de los empleados • Discriminación entre los trabajadores • Déficit de equilibrio entre la vida laboral y personal. • Deficiencias en la gestión de conocimiento. <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Dificultades en las relaciones corporativas • Amenaza a la imagen pública de la empresa • Persistencia de problemáticas sociales que impacta la economía del país • Falta de ayuda y apoyo a organizaciones de sociedad civil que requieren importancia en el entorno. 	Media
Ambiental	<p>Interno: Falta de reutilización de agua lluvia para inodoros y plantas de la oficina.</p> <p>Externo: Falta de gestión en logística inversa con el material de embalaje de los equipos que utiliza el proveedor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desperdicio de agua • Falta de reutilización del agua • Escasez de agua en ríos, lagos y paramos • Falta de conciencia ambiental en los trabajadores • Mal ejemplo y generación de malas prácticas. <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Inflación en los costos de logística • Aumento en el deterioro ambiental • Falta de reutilización de materiales • Falta de gestión de residuos • Contaminación dentro y fuera de la organización 	Alta

Tabla 1. Formato de evaluación Impacto empresa Estilo Ingeniería S.A

Fuente. Elaboración propia

2.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

Como fundamento general, Estilo Ingeniería S.A necesita de un plan de RSE, para la construcción de un desarrollo y una planeación estratégica sostenible a lo largo del tiempo, impactando de manera positiva en los entornos del cual forma parte, para reforzar su razón de ser dentro de una sociedad y para apoyar a aquellos que aportan a esa razón de ser de la empresa como lo son los stakeholders (Cliente interno y externo, proveedores, trabajadores, otros) teniendo en cuenta que la razón de ser de Estilo Ingeniería S.A es “Brindar soluciones y experiencias de movilidad vertical a las personas”, de esta manera Estilo puede entrar en los entornos para apoyar objetivos sociales y ambientales de los cuales va a ser beneficiado junto con sus colaboradores, contando con beneficios ambientales, una imagen corporativa confiable en el mercado, relacionamiento corporativo y vínculos sólidos con grupos de interés internos y externos, colaboradores más comprometidos y motivados a crecer dentro de la empresa, interés de inversores en el mercado, entre otros.

A su vez para reforzar la cultura organizacional de la empresa y sus colaboradores, realizando una transformación cultural basada en los valores corporativos, generando una conciencia en conjunto que busque la sostenibilidad no solo de la empresa si no de los grupos de interés y los diferentes entornos, mediante una eficiente utilización de los recursos de la empresa y las buenas prácticas que se pueden generar dentro de ella

3. Código De Conducta

El contenido del presente documento hace referencia a la planeación e implementación del código de conducta para la empresa ESTILO INGENIERIA, mediante el cual se busca facilitar espacios y medios que permitan el diálogo como solución asertiva de los requerimientos, quejas, reclamos, conflictos o malos entendidos que pueden surgir en el ambiente laboral, escalándolos con sentido de oportunidad y voluntad de resolución final satisfactoria para todas las partes.

De igual forma se busca proteger la buena imagen de la Empresa especialmente del comportamiento interno como externo de sus colaboradores durante el desarrollo de sus

actividades relacionadas con la organización, para ello se conformó un grupo interdisciplinario integrado por funcionarios de diferentes áreas y perfiles que llevaron a cabo las diferentes acciones que permiten hoy en día tener este importante documento, para ello fue consultado material primaria, secundario y terciario, pero especialmente de los contenidos de la unidad 3 y 4 del diplomado en gerencia estratégica y responsabilidad empresarial de la universidad nacional abierta y a distancia UNAD.

Por todo lo anterior la empresa Estilo Ingeniería se compromete a cumplir con la normatividad vigente, correspondiente al tema de Acoso Laboral, en materia de prevención y atención de las conductas que afectan las relaciones interpersonales en la organización.

3.1 Modelo Gerencial de competitividad

Estilo Ingeniería S.A, se ha destacado en su larga trayectoria, por ser una compañía altamente competitiva en el sector y encontrarse entre las primeras 5 mejores empresas de transporte vertical. Una organización competitiva que busca además de reconocimiento y una gran rentabilidad, ser el líder estratégico numero 1 a nivel nacional en soluciones de movilidad vertical para el sector de la construcción. Una entidad competitiva debido a sus altos estándares de calidad en operación y equipos suministrados, pues la innovación, tecnología y ahorro de energía que caracteriza los equipos es un punto a favor de Estilo en el mercado.

Por otro lado la innovación en un planeamiento estratégico en el cual todos los colaboradores sean partícipes, ayuda a que la corporacion se mueva de una manera acertada en el cumplimiento de objetivos organizacionales, la práctica de nuevas técnicas y/o métodos administrativos y comerciales permite un relacionamiento corporativo de personalización con cada uno de los clientes, mediante un servicio al cliente eficaz que logra ejercer una imagen de calidez y calidad humana con los clientes tanto internos como externos, características que hacen a Estilo competitivo en el sector.

3.2 Iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta

Los códigos de ética son adoptados en la mayoría de los países como instrumentos que guían y establecen pautas de comportamiento de los funcionarios en su lugar de trabajo en todas las organizaciones tanto públicas como privadas. Es un documento que permite a las empresas inducir una actitud transparente, responsable y honesta que reduce conflictos entre funcionarios, mejora la imagen corporativa y resulta en valor agregado para la actividad industrial y económica de la compañía.

Es importante destacar que al consultar pautas y modelos mundiales que apliquen para la elaboración de hábitos éticos encontramos que cada organización posee una valoración de acuerdo a su historia, estrategia organizacional y creencias propias. Por lo tanto, se desarrolla un tipo pauta que facilite y atienda el equilibrio y la relación justa con los funcionarios y terceros que incluye entre otros, clientes, proveedores y comunidad en general.

Estas normas tienen en cuenta patrones internacionales en lo referente a utilizar principios de buen gobierno corporativo que integra directrices alineadas con las recomendaciones de buen comportamiento y una política de gestión comprometida con la calidad y la protección laboral, así como la responsabilidad social y ambiental, de común acuerdo con las normas:

ISO 9001. Requisitos de un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) que permite asegurar de manera consistente la mejora del desempeño y la eficacia de las organizaciones, con base en el cumplimiento de los requisitos del producto/servicio, la satisfacción de los clientes, y la mejora continua.¹

ISO 14001. Protección del medio ambiente. Esta norma de Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) consigue que las empresas puedan demostrar que son responsables y están comprometidas con la protección del medio ambiente².

¹ Norma ISO 9001:2015 elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización, determina los requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad.

² Las normas ISO 14000 es un conjunto de normas que cubre aspectos del ambiente, de productos y organizaciones.

ISO 26000 que orienta a las organizaciones en materia de Responsabilidad Social Corporativa, por lo que alienta la aplicación de mejores prácticas en responsabilidad social en todo el mundo.³

Demás guías y sugerencias que ayudan a incentivar la necesidad de desarrollar un código de ética, que aun sin especificar un contenido exacto que se debe contemplar en la construcción de hábitos, es común encontrar que se toman en cuenta algunos aspectos básicos, como los valores y principios, deberes, derechos, conflictos de interés, sanciones y mecanismos de denuncias.

Los últimos progresos en la definición de un programa etico están orientados hacia la responsabilidad social en tres dimensiones como son: económico, social y ambiental. Es así como vamos atender a las recomendaciones de las normas citadas anteriormente las cuales están inspiradas en iniciativas internacionales entre las que podemos matizar el Pacto Mundial de las Naciones Unidas para la Responsabilidad Social; las directrices de La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE); El PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo)⁴ que ha estado activamente involucrado en el tema de la responsabilidad social empresarial (RSE) desde el año 2000; La Organización Internacional del Trabajo (OIT) que además de su compromiso con el Pacto Mundial, está inspirada en la Declaración Universal de los Derechos del Hombre y la Declaración relativa a los principios y derechos fundamentales del trabajo.

En Colombia **La Superintendencia de Sociedades** estableció criterios para determinar qué sociedades deben adoptar programas para la elaboración de documentos formales de conducta y RSE; se estableció una clasificación por sectores, de acuerdo con sus ingresos brutos, activos totales o empleados y se definió que empresas están obligadas a implementar dicho programa de conducta, pues su incumplimiento es causal de onerosas multas.

³ La norma ISO26000:2010, ha sido preparada con la participación de expertos de más de 90 países y 40 organizaciones internacionales o regionales representativas, involucrados en distintos aspectos de la responsabilidad social.

⁴ En su misión el PNUD trabaja en cerca de 170 países y territorios, ayudando a reducir la pobreza, las desigualdades y la exclusión.

3.3 Código de conducta para Estilo Ingeniería S.A

Confidencialidad

Confidencialidad de información: respetar la información suministrada por personas internas y externas incluso cuando ya no exista ningún vínculo contractual sea laboral o comercial, lo anterior de acuerdo a las leyes que controlan esta normatividad.

Respetar la privacidad y la de los compañeros de trabajo.

- No generar chimes ni rumores en el área de trabajo.
- Evitar comentarios que generen susceptibilidad en los compañeros de trabajo.
- Respetar la vida e información personal de los colaboadores
- No criticar ni juzgar a nadie sin antes conocerlo.
- Hablar con la verdad y criterios suficientes ante una información que se divulgue de una persona.

Conflictos de Intereses

- Los colaboradores de la compañía no pueden contraer ningún vínculo laboral o comercial con otra compañía que desarrolle la misma actividad comercial.
- Los clientes y proveedores no pueden contraer ningún vínculo con algún colaborador.
- No se aceptan sobornos en ningún proceso de la compañía.
- Ser transparente en todo momento y lugar.
- Generar seguridad a los usuarios finales los cuales compran equipos de transporte vertical y realizan mantenimiento u modernización a los mismos.
- Las actividades de la organización deben estar orientadas y estocadas bajo los procesos e instructivos formalizados y bajo las políticas de la compañía

Conducta Interna

Prevención de Acoso Laboral

- No burlarse de ningún compañero de trabajo, por su forma física, su forma de vestir, actuar o trabajar.
- No descalificar y/o desprestigiar a ningún colaborador.
- Evitar expresiones injuriosas o del mal gusto de algún otro empleado.
- No discriminar a ningún compañero de trabajo, por su forma física, su forma de vestir, su raza, religión, sexo, otras.
- No realizar comentarios humillantes y ofensivos a ninguna persona del ambiente laboral ni en privado ni en público.
- No generar sobrecargas laborales o uso excesivo del capital humano que afecte o entorpezca la productividad.

Trabajar como equipo, dando apoyo entre áreas y grupos internos de la organización

- Colaborar con el área de trabajo para fomentar el trabajo en equipo.
- Ejercer una comunicación asertiva con el grupo de trabajo para no entorpecer el proceso.
- Generar espacios de comunicación donde se expongan los puntos de vista de los compañeros de trabajo.
- Apoyar las actividades y procesos que afecten la productividad y gestión de otros colaboradores.
- Propiciar un ambiente de colaboración y solidaridad.

Ser conscientes de nuestros actos en el espacio de trabajo

- Cumplir con las obligaciones laborales responsablemente.
- Trabajar constantemente por crear un espacio propicio de comportamiento y personas integrales.
- Ser responsable de las consecuencias que se generan por nuestras acciones.
- Delegar de manera respetuosa las tareas y obligaciones.
- Velar para que cada actuar sea en base a los valores personales y corporativos.

Respetar y valorar los conocimientos, potenciales y experiencia de los compañeros de trabajo

- Respetar al grupo de trabajo y tratar de manera cordial.
- Aceptar las diferencias de las personas.
- Dirigirse ante las personas de manera respetable, asertiva y coherente.
- Realizar solicitudes con amabilidad.
- Contar con los comportamientos básicos como lo son el saludar y despedirse.
- Compartir con amabilidad, transparencia y asertividad los conocimientos, ideas y/o opiniones.

Fomentar y mantener constantemente una comunicación asertiva con el equipo y compañeros de trabajo

- Informar con claridad la información que se quiere transmitir respecto a decisiones tomadas en la empresa en las cuales los empleados también interfieren.
- Manejar con confidencialidad la información de la empresa.
- Exponer las opiniones e ideas de forma clara a las personas.
- Escuchar las opiniones de los demás antes de emitir cualquier juicio.

Ser comprensivos y aprehensivos respecto a las críticas constructivas generadas en nuestro entorno laboral

- Respetar las diferencias y oposición de otras personas.
- No generar críticas destructivas que descalifiquen las acciones o el trabajo de un compañero.
- Escuchar y atender cualquier crítica como constructiva y de mejoramiento.
- Buscar siempre estar de acuerdo para emprender un trabajo o actividad.
- No juzgar ni criticar la información recibida para acatar alguna labor.
- Fomentar espacios donde se den a conocer opiniones e ideas sin que estas sean criticadas o juzgadas.
- No propiciar ni fomentar las discusiones o acciones violentas.
- Fomentar el diálogo y el respeto de los acuerdos que se generen.

Propiciar un ambiente y clima organizacional agradable con respeto y buenas relaciones

- Saludar siempre con amabilidad y pedir favores con cordialidad.
- No excluir a ningún compañero de trabajo por ninguna razón
- Propiciar relaciones interpersonales basadas en el respeto, la sinceridad y la confianza.
- Ser participe en las actividad de bienestar que genera la empresa
- Propiciar una convivencia sana y positiva.
- Buscar siempre un resultado positivo y mutuo en el ambiente de trabajo y las actividades de los compañeros.
- No generar ningún acto o tipo de violencia con ninguna persona.
- Propiciar buenas relaciones laborales entre los diferentes actores que componen un ambiente de trabajo, relaciones sanas entre jefes y subordinados.

Valorar y reconocer el trabajo y los logros generados por compañero de trabajo

- Reconocer los buenos resultados y logros personales y de los compañeros de trabajo y/o equipo.
- No tomar crédito de los logros y los resultados de otras personas
- Delegar de manera correcta y asertiva las funciones correspondientes, con el fin de propiciar un desarrollo de las actividades acorde a lo requerido y con total responsabilidad.
- Generar espacios de participación donde se expongan ideas para el mejoramiento continuo de los procesos.
- Propiciar actividades de motivación en las áreas de trabajo, que generen positivismo y buenos resultados en los procesos.

Favores Comerciales

Dado el carácter comercial de la actividad desarrollada por Estilo Ingeniería S.A, y de acuerdo a sus políticas; la empresa procura brindar la mejor atención y satisfacción de los clientes. Para ello, el manejo dado a las atenciones y regalos estará directamente controlado por la dirección, de acuerdo con criterios de responsabilidad y confiabilidad.

Por otro lado, cabe resaltar que los miembros de la compañía deben evitar aceptar u ofrecer favores que pudiera comprometer su imparcialidad en la toma de decisiones y consecución de resultados de la operación de la corporacion.

Contravenciones

La totalidad del personal que labora para Estilo Ingeniería S.A., están obligados a cumplir las normas establecidas en el presente Código. Las infracciones del mismo darán lugar a consecuencias de acuerdo a las normas legales vigentes. En los casos graves, tales consecuencias pueden incluir el cese de actividades y la extinción de la relación laboral.

Negociaciones

Relación con el Cliente

En la relación colaborador/cliente se debe propiciar la honestidad y transparencia, sin conceder beneficios mutuos no justificados.

Los colaboradores tendrán un trato amable en la prestación del servicio, concediendo información veraz y a tiempo, de acuerdo a las necesidades del cliente y eficacia las inquietudes y reclamos.

De la igual forma, es importante mencionar que en nuestra página web se encuentra publicado el código de conducta, el cual pueda ser revisado por todos nuestros clientes y demás

involucrados con el desarrollo de las operaciones de la compañía, con el fin de dar cumplimiento a la normatividad pertinente.

Relación con los proveedores

La vinculación con proveedores parte de aspectos comerciales, técnicos, económicos y cumplimiento de los requisitos solicitados bajo la normatividad establecida. Por ello, siempre se trata de oportunidad a todos los proveedores, sin generar falsas expectativas. Así también, se respetan las condiciones de negociación y compromisos establecidos en los contratos.

Los colaboradores de Estilo Ingeniería, actuarán de acuerdo a los lineamientos del código, de tal forma que sus comportamientos se encuentran alineados a los principios de la empresa.

Uso de información organizacional

Se considera información privilegiada aquella información de carácter concreto, que no es de conocimiento público.

Dentro de manejo de la información privilegiada, es obligación de todos los funcionarios de Estilo Ingeniería S.A., adoptar las siguientes normas de convivencia laboral:

- ✓ No suministrar información a terceros o personas que no tengan derecho a recibirla de acuerdo con la ley y las normas existentes.
- ✓ No hacer uso indebido de la información que haya conocido para sacar provecho de sí mismo o de terceros, de lo contrario se generarán las sanciones que la ley tenga previsto para estos casos y las que la administración de la compañía contemple en sus estatutos, manuales, reglamentos y demás instructivos.

Comunicaciones estratégicas

Las comunicaciones en Estilo Ingeniería S.A., deben ser precisas, oportunas y coordinadas de acuerdo con las partes interesadas y el público de nuestro interés.

El área de Comunicaciones de la compañía tiene la responsabilidad de coordinar la publicación cualquier comunicación de información de tipo comercial, financiero y el cumplimiento legal. Contando con previa autorización de los directivos de la empresa.

Cultura, social y religión

En Estilo Ingeniería se respeta la dignidad de las personas y sus derechos. Por ello, entre sus miembros se encuentran personas de diferentes orígenes étnicos, religiones, culturas, edades e identidades sexuales.

De acuerdo a los principios corporativos y a la legislación laboral colombiana, no se tolerara ni fomentara la discriminación contra cualquier persona basada en cualquier aspecto, ni el acoso o comportamiento ofensivo, sea de índole sexual o personal.

Las decisiones de la empresa se toman basándose en motivos adecuados y no sobre la discriminación o la coerción.

Marco Normativo

Estilo Ingeniería S.A adopta como política el acatamiento cabal de la normatividad legal vigente, así como el reporte de su cumplimiento a los diversos estamentos de control del Estado.

En desarrollo de lo anterior, se cumplirá la ley y demás reglamentaciones de la naturaleza jurídica del negocio.

La comprensión y observancia del citado marco normativo, la capacitación y entrenamiento permanente de los empleados, en temas relacionados con la normas, reglas y deberes del código de ética, facilita el surgimiento de una cultura de cumplimiento, la cual se evidencia en las acciones de los funcionarios al aplicar por convicción los postulados éticos establecidos en dicho documento.

Información De Terceros

Tratamiento de datos personales

Estilo Ingeniería S.A., tendrá en cuenta los siguientes principios para el uso adecuado de los datos personales:

- **Privacidad:** la empresa garantizará que los datos personales no estarán disponibles en para divulgación pública o masiva, guardando el respeto del derecho a la privacidad.
- **Acceso y restricción de información:** El uso o consulta de la información se podrá realizar por personas autorizadas.

La información personal o confidencial, excepto la información pública, no podrán estar disponibles en Internet u otros medios de comunicación masiva, excepto que el acceso sea controlable y autorizado.

Seguridad / Higiene / Lugar del Trabajo

En Estilo Ingeniería S.A., se procura entre sus miembros hacer un debido uso de las zonas comunes y puestos de trabajo, garantizando la limpieza y el orden.

- Respetar los espacios de trabajo que se comparte, evitando interrumpir en las labores de los demás compañeros.
- Fomentar una comunicación agradable y con tono de voz propicio en el área.

- Disponer los residuos de las basuras en los lugares definidos, de acuerdo a su clasificación.
- Dejar los baños de la misma manera como se encuentran, limpios.
- No desperdiciar recursos como el agua, el jabón de manos y el papel higiénico.
- Fomentar espacios libres de humo.
- Optimizar recursos de papelería tales como el papel.
- Consumir alimentos en los espacios designados
- Utilizar las escaleras con seguridad y cuidado, transitando por la derecha y siempre usando los pasamanos.
- No transitar en espacios riesgosos con pisos húmedos, obras civiles y otros.
- Hacer uso adecuado de los elementos y herramientas de trabajo (Déjalos como te gustaría encontrarlos)

3.4 Recursos financieros y de inversión objeto del código de conducta

Actividades Elaboración y Diseño	Recurso empleado	Cantidad	Costo
Decisión de la Alta Dirección	Horas	2	Costo Laborales
Conformación Equipo Interdisciplinario	Empleados	5	Costo Laborales
Revisión Plataforma estrategia	Horas	24	Costo Laborales
Revisión Información Primaria, Secundaria	Horas	40	Costo Laborales
Recopilación de insumo	Horas	2	Costo Laborales
Consulta y visita multisectores	Presupuesto Interno	3	\$1,000,000
Participación de Expertos	Presupuesto Interno	4	\$500,000
Elaboración Código	Horas	80	Costo Laborales
Borrador del Proyecto de Código	Horas	120	Costo Laborales

Revisión del Código Borrador	Horas	24	Costo Laborales
Presentación Borrador del Proyecto ante Directivos	Horas	4	Costo Laborales
Ajuste - Recomendaciones	Horas	40	Costo Laborales
Aprobación Código – Directivos	Horas	4	Costo Laborales
		Subtotal	\$1,500,000

Tabla 2. Etapa Elaboración y Diseño

Fuente: Elaboración Propia

Actividad Lanzamiento – Implementación	Recurso empleado	Cant.	Costo
Alquiler lugar - sonido - mesa de café	Presupuesto Interno	1	\$ 2,000,000
Publicidad - Pendones- Arreglo Floral	Presupuesto Interno	3	\$ 1,000,000
Pasabocas - Refrigerios	Presupuesto Interno	100	\$ 900,000
Material Impreso - Código Tipo Bolsillo	Presupuesto Interno	100	\$ 700,000
Diseño Marketing Digital Interno	Horas	4	Costo Laborales
Protectores de Pantalla Tips Código	Horas	4	Costo Laborales
Seguimiento y Control Código	Horas	24	Costo Laborales
		Subtotal	\$ 4,600,000
		Total	\$ 7,100,000

Tabla 3. Etapa Lanzamiento e Implementación

Fuente: Elaboración Propia

4. Stakeholders

Hoy, los líderes de las organizaciones deben esforzarse por asimilar y entender las necesidades del consumidor y de sus grupos de interés, para desarrollar productos y servicios acordes con sus exigencias y adicionar a ellos valores agregados con servicios complementarios que incrementen el nivel de satisfacción y añadan diferenciación en su cadena de valor, para esto, una herramienta de gestión muy importante es el estudio y comprensión de los stakeholders, mediante la aplicación y uso de un mapa general de estas comunidades que conforman una organización y a través de una matriz de relaciones (Influencia e Impacto) que complemente la clasificación de cada actor, en virtud de identificar el nivel de satisfacción de aquellas agrupaciones de acuerdo a su rol. A lo largo de este documento, se identificarán los conjuntos que hacen parte de la organización Estilo Ingeniería S.A, una compañía que está influenciada tanto interna como externamente en su cadena de valor y planeación estratégica, pues estos grupos hacen parte importante y fundamental para el cumplimiento de su misión y/o su razón de ser en el mercado.

Es importante resaltar, que los stakeholders son aquellos actores que participan directa e indirectamente en las decisiones que toma la empresa y que se benefician o afectan debido a estas, mediante su cadena de valor. Estos actores se clasifican entre internos y externos y de los cuales hacen parte fundamental para cumplir los objetivos organizacionales de Estilo Ingeniería S.A

4.1 Descripción de los Stakeholders

Grupo Interés Interno

- **Accionistas:** Personas las cuales invierten capital financiero para el funcionamiento de la organización, este grupo de interés se basa en la obtención de utilidades mediante el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Los accionistas deben participar y tomar decisiones de acuerdo a lo que se define en los estatutos sociales evitando poner en riesgo los intereses de la organización.

- **Junta directiva:** Personas vinculadas a la compañía, las cuales influyen directamente en la toma de decisiones resaltando las ventajas y desventajas relacionadas con la implementación de políticas organizacionales. Este grupo busca la consecución de proyectos para el cumplimiento de objetivos.
- **Empleados y familia:** Los destacamos como la base para el correcto funcionamiento de la empresa, esta comunidad trabaja para el cumplimiento de los objetivos tanto personales como estratégicos y organizacionales de la entidad y de manera transversal generan planes de desarrollo profesional, laboral y familiar.
- **Estudiante de la UCEI:** Estilo Ingeniería S.A cuenta con una universidad corporativa la cual permite afianzar, desarrollar y reforzar los conocimientos sobre instalación, mantenimiento y modernización de equipos de transporte vertical a los técnicos y operarios de la organización, esta agrupación se basa en la aprehensión de capacidades para el cumplimiento de objetivos personales y organizacionales.
- **Inversionistas:** Grupo de personas que invierten diferentes activos a la organización, mediante, materias primas, inmuebles, divisas u otros, acorde a su conveniencia, sin que estén involucrados de manera directa con la organización o su toma de decisiones.

Grupo Interés Externo

- **Proveedores:** Son aliados estratégicos en el suministro de insumos que requiere la organización para su correcto funcionamiento en los procesos y cadena de valor, se puede evidenciar los principales proveedores para Estilo los cuales son Hosting y Kone, aliados en el suministro de equipos de transporte vertical, partes y repuestos, pero a su vez existen socios estratégicos para el suministro de papelería, equipos de cómputo y software, equipos de oficina, herramientas, dotación, entre otros.
- **Distribuidores:** Son vínculos estratégicos en la correcta ejecución de la logística de la organización, procesos de importación, fletes y transporte que sean requeridos para la correcta ejecución de la cadena de valor de la corporación.
- **Propiedades Horizontales:** Son clientes y/o consumidores a los cuales Estilo Ingeniería presta el servicio de mantenimiento en los equipos de transporte vertical para que a su

vez la organización recibe a cambio una remuneración la cual aporta a la utilidad de la misma.

- **Constructoras:** Son clientes y/o consumidores a los cuales Estilo Ingeniería suministra equipos de transporte vertical para los diferentes proyectos de construcción la organización recibe a cambio una remuneración la cual aporta a la utilidad de la misma.
- **Entidades estatales y/o gubernamentales:** Esta comunidad en ocasiones permite la regulación y protección de interés públicos mediante los servicios que ofrece Estilo Ingeniería, además es un aliado en la toma de decisiones que abarca factores económicos y del mercado para el correcto funcionamiento de la compañía.
- **Comunidad Social:** Son aquellas personas y/o consumidores o cliente finales los cuales se ven beneficiados por los servicios y/o productos que ofrece la entidad, en el caso de Estilo Ingeniería, los usuarios finales son quienes utilizan los equipos de transporte vertical instalados y/o a los cuales se les ha realizado el mantenimiento. A su vez grupos de interés como la fundación Sol en los Andes, a la cual mensualmente se hace entrega de una cantidad de tapas plásticas las cuales se recolectan en las oficinas y plantas de la organización para ayuda en los tratamientos de niños con cáncer, entre otros.
- **Entidades financieras:** es un socio estratégico en el suministro de fondos para la consecución de proyectos organizacionales a su vez un aliado estratégico en la intermediación de Estilo con el cliente al momento recaudar los servicios prestados o productos suministrados.
- **Competidores:** Son aquellos grupos de interés los cuales impulsan a la corporación a cumplir los objetivos planteados mediante la consecución de proyectos, a la generación de ideas y estrategias que permitan la sana competencia.
- **Medio Ambiente:** Agrupación la cual conforma el entorno en el cual se encuentra la compañía, protegiendo fauna, flora, ecosistemas y ambiente en general, evitando contaminación en agua y aire, mediante la minimización en el uso de materias primas y procesos que afecten la salud e integridad de las personas operativas dentro de la cadena de valor y el consumo de las personas.
- **Aliados:** Grupo de entidades y personal jurídicos inmersos dentro del mercado de la construcción y transporte vertical, con quienes apalancamos el desarrollo y diseño de nuestros productos y servicios.

Stakeholders Externos

I



Stakeholders Internos



Gráfica 1. Mapa de Stakeholders. Elaboración propia

Explicación:

Para Estilo Ingeniería sus grupos de interés interno, son aquellos los cuales influyen directamente en los objetivos y misión de la empresa mediante sus intereses personales y mediante la simpatía de participar en la gestión de la organización. Para Estilo es satisfactorio que estas agrupaciones participen activamente en la construcción de la planeación estratégica, pues permite a la compañía potencializar su competitividad en el mercado, debido al flujo de ideas e innovación que se genera dentro de la entidad en medio de aquellos grupos participativos.

Los grupos de interés externos, son aquellos los cuales buscan un beneficio en común mediante el cumplimiento de sus objetivos, ellos a pesar de que no hacen parte de la organización, también influyen directamente en los objetivos y misión de la empresa. Para Estilo Ingeniería es importante contar con aliados estratégicos que permitan la consecución de procesos de una manera ágil y eficaz para buscar competitividad y rentabilidad, a su vez la importancia del relacionamiento estratégico con estos grupos de interés, permite extender las relaciones en acuerdos más beneficiosos para las partes.

4.2 Matriz de relaciones de stakeholders (influencia/Impacto) entre la empresa seleccionada y los grupos de interés (actores) identificados

Descripción de la matriz

En la siguiente imagen, se puede observar el tipo de relacionamiento que tiene Estilo Ingeniería S.A con cada uno de sus stakeholders en cuanto a procesos y participación en toma de decisiones e información concerniente a la misma. Como primera instancia se logra identificar en el primer cuadro superior “Informados pero nunca ignorados”, los accionistas e inversionistas, un grupo el cual se interesa más por la utilidad y rentabilidad del negocio y los procesos, que de las decisiones y acciones que se tomen en la organización, de esta manera el relacionamiento es más informativo que interactivo con ellos.

En el segundo cuadro superior “Trabajar para él”, se identifican las agrupaciones que conforman los clientes y las comunidades externas a la organización, en donde la compañía ejerce una actividad comercial para atender los requerimientos y las necesidades específicas de estos actores, mediante una relación de intercambio de bienes o servicios a favor de una remuneración, por otro lado el trabajar con programas sociales en comunidades que requieran apoyo y/o patrocinio de una entidad y en pro de un reconocimiento organizacional y a su vez de una sostenibilidad ambiental mediante los procesos y productos ejecutados.

En el primer cuadro inferior “Informados con mínimo esfuerzo”, se encuentran aquellos stakeholders que tienen una relación mínima con la corporación, agrupaciones que pueden apoyar o no a la misma en temas de su actividad comercial, procesos y/o cumplimiento de objetivos y consecución de proyectos, esta agrupación no influye directamente en las decisiones tomadas pero participan como objeto de estudio en la organización para evaluar riesgos corporativos en el análisis de planeación estratégica y perspectiva organizacional.

En el segundo cuadro inferior “Trabajar con ellos” se encuentran las comunidades con los cuales existe una relación comercial y contractual donde tanto la compañía como el actor se benefician mutuamente a través de un intercambio de beneficios entre las partes. Este conjunto participa activa y directamente en los procesos y objetivos de la misma, a su vez en algunas ocasiones, participan en las decisiones que se toman para emplear nuevas estrategias organizacionales a favor de cada uno.

MATRIZ DE INFLUENCIA/ IMPACTO

Elaborado por
Grupo 101008_4



Gráfica 2 Matriz de relaciones de stakeholders (influencia/Impacto) entre la empresa seleccionada y los grupos de interés (actores) identificados

5. Plan de Responsabilidad Social Empresarial

Para la implementación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de Estilo ingeniería S.A, fue necesario inicialmente contextualizar las dimensiones empresariales, la importancia y los beneficios que se pueden obtener con la construcción de un programa que permita identificarse con su plataforma estratégica.

De acuerdo a lo anterior y para cumplir lo propuesto anteriormente, es necesario tener claridad de los conceptos que presiden la (RSE), el cual y de manera general la podemos entender “como la capacidad que tiene una organización, para afrontar los efectos e implicaciones de las diferentes relacionados con los (stakeholders o grupos de interés)” ; concepto que viene siendo adoptado tanto en el ámbito público como privado, “como eje que aporta competitividad, sostenibilidad y desarrollo en las organizaciones, constituyéndose en un imperativo de la gestión empresarial”⁵

⁵ Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial. Provee la investigación para construir sistemas de gestión en Responsabilidad Social Empresarial y Ética en las organizaciones.

Es importante resaltar que el proyecto de RSE diseñado para Estilo Ingeniería S.A, integra los principios propuestos por la organización internacional del trabajo (OTI), el instituto Ethos de Brasil y lo propuesto por Business for Social Responsibility, por lo tanto, con el presente documento pretendemos alinear la estrategia y gerencia organizacional de Estilo ingeniería S.A con una intención de RSE que identifique el impacto ambiental, social y económico que podría generar la empresa con diversas estrategias medibles para su cumplimiento y que en todo momento este orientado a encontrar un equilibrio entre la rentabilidad de la organización y el bien común de una comunidad.

5.1 Plan de Responsabilidad Social Empresarial

Tabla 4. Plan Responsabilidad Empresarial - Empresa Estilo Ingeniería S.A - Dimensión Económica

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ESTILO INGENIERIA S.A							
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategias	Plazo	Recursos (Físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económica	Proveedores (Hosting, Kone, Papelería, tecnología, herramientas, otros)	Mejorar la relación con los proveedores nacionales e internacionales	1. Abrir líneas de comunicación bajo sistemas de gestión con los proveedores	12 Meses	*SGC *Cotizaciones de nuevos proveedores *Clasificación y selección de proveedores *Inversión para contratación con nuevos proveedores	1. (Acciones Correctivas / Acciones de Mejora) * 100	Mensual (Análisis y verificación) - (Anual (Resultado)
			2. Acordar plazos de pago y tiempos de entrega adecuados con los proveedores de acuerdo a los pedidos generados por empresa.			2. (Alertas de tiempo generadas / Alertas de tiempo resueltas) * 100	
			3. Establecer las métricas de calidad de evaluación para los proveedores.			3. (Evaluaciones de calidad programadas / Evaluaciones de calidad ejecutadas) * 100	

<p>Distribuidores (Medios de transporte en logística y cadena de abastecimiento)</p>	<p>Incrementar la eficiencia de recursos y la productividad de la organización frente a las necesidades del cliente</p>	<p>1. Entregar las cantidades completas, en las especificaciones correctas, en el lugar correcto y en el momento solicitado.</p> <p>2. Disponer de los elementos y la logística necesaria para satisfacer las necesidades de materiales y herramientas en los procesos productivos.</p> <p>3. Evitar tiempos muertos durante las operaciones</p>	<p>6 Meses</p>	<p>*Registro de información de pedidos despachados en software de la organización *Registro de inventarios *Registro de recursos físicos, técnicos, tecnológicos disponibles *Registro y evaluación de medios de transporte</p>	<p>1. (Número de pedidos completos entregados a satisfacción a tiempo en sitio / Número total de pedidos aceptados por logística al primer contacto) * 100</p> <p>2. (Número de pedidos aceptados por logística al primer contacto / Número total de pedidos recibidos por logística al primer contacto) * 100</p> <p>3. $(\Sigma(\text{fecha de aceptación del pedido} - \text{Fecha de recepción del pedido}) / \Sigma(\text{Pedidos no aceptados al primer contacto})) * 100$</p>	<p>Mensual</p>
--	---	--	--------------------	---	---	----------------

Clientes (Propiedades Horizontales, constructoras, entidades estatales y gubernamentales)	Garantizar procesos y procedimientos de calidad orientados a la satisfacción del cliente y la atracción de nuevos compradores.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar acciones de mejora continua en procesos misionales de la organización. 2. Medir la satisfacción del cliente 3. Controlar los tiempos de respuesta a los PQRS 4. Elaborar campañas de marketing que atraigan nuevos clientes 	12 Meses	<p>*Área de servicio al cliente</p> <p>*Registro sistemas de información (Bases de Datos)</p> <p>*Survey Monkey (software en línea para evaluar respuestas de clientes)</p> <p>*Bases de datos cotizaciones realizadas</p> <p>*Estudio de segmentación de clientes</p> <p>*SGC</p>	<p>1. Acciones de mejora diseñadas/ acciones de mejora ejecutadas</p> <p>2. (Número de clientes satisfechos / Número de clientes evaluados) * 100</p> <p>3. (Número de solicitudes atendidas oportunamente / Número total de solicitudes) * 100</p> <p>4. Evacuación plan de marketing (Indicador de gestión)</p>	Trimestral
Entidades Financieras (Bancos, Bancoldex, Fondos de inversión)	Mantener la buena imagen crediticia ante los diferentes acreedores como las entidades financieras.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluar alternativas de financiamiento que mejore la disponibilidad de liquidez y apalancamiento para el crecimiento de la empresa. 	12 Meses	<p>* Junta Directiva</p> <p>* Área financiera</p>	<p>1. (Número de obligaciones pagadas a tiempo / Numero de obligaciones adquiridas) * 100</p>	Semestral
Competidores (Empresas de ingeniería constructoras especialistas en transporte horizontal y vertical)	Promover una competencia justa en el mercado del transporte horizontal y vertical.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promover el cumplimiento de políticas y regulaciones relacionadas con la competencia justa en el mercado de la construcción y transporte vertical 	6 Meses	<p>* Junta Directiva</p> <p>* Recursos humanos</p>	<p>1. (Número de convenios y acuerdos realizados / Numero de convenios y acuerdos proyectados) * 100</p>	Semestral

Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 5. Plan Responsabilidad Empresarial - Empresa Estilo Ingeniería S.A - Dimensión Social

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ESTILO INGENIERIA S.A							
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategias	Plazo	Recursos (Físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Social	Comunidad Social	Participar de programas sociales como propuesta de valor y modelo de servicio a la comunidad.	*Reforzar el apoyo social que se brinda a la fundación “Sol de los Andes”, con la recolección de tapas plásticas por medio de todos los colaboradores.	3 Meses	*Tapas Plásticas *Puntos de recolección de tapas *Divulgación de información sobre el programa y puntos de recolección (pantalla, carteleras, correos) *Inversión para apoyo a la comunidad	1. (Cantidad de tapas recolectadas (Kg) / Cantidad estimada de tapas (Kg) * 100	Semestral
	Aliados	Implementar en conjunto con los aliados estratégicos de Estilo Ingeniería un programa de inclusión laboral orientado a la contratación de personas con capacidades especiales.	* Implementar una política e RSE que sea respaldada por los aliados estratégicos y que logre la vinculación de personas con algún tipo de discapacidad. Inicialmente la meta es la contratación de un 5% del total de empleados en estas condiciones.	12 Meses	* Recursos humanos * Área de Marketing * Área Jurídica * Aliados	1. (Personal contratada con alguna discapacidad física / Número total de empleados activos) * 100	Anual

Empleados y Familia	Implementar un modelo de Gestión del Talento Humano y Cultura Organizacional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asegurar el cumplimiento del plan de trabajo establecido para el diagnóstico de cultura organizacional 2. Evaluar la eficiencia de los puestos de trabajo dentro de la organización 3. Continuar con el programa de universidad corporativa (UCEI) aumentando el número de empleados inscritos. 	3 meses	<ul style="list-style-type: none"> * Recursos humanos *Evaluación a la estrategia organizacional y observación a la participación de los colaboradores *Evaluaciones de desempeño 	<ol style="list-style-type: none"> 1. (Número de participantes / Número total de la población objeto) 2. (Número de personas evaluadas / Número total de la población objeto) 3. (Número de personas inscritas UCEI / Número total de empleados) * 100 	Trimestral
---------------------	---	--	---------	--	---	------------

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6. Plan Responsabilidad Empresarial - Empresa Estilo Ingeniería S.A - Dimensión Ambiental

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ESTILO INGENIERIA S.A

Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategias	Plazo	Recursos (Físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Ambiental	Medio Ambiente	Asegurar las mejores prácticas de la industria en la gestión de riesgos, seguridad, sostenibilidad y medio ambiente	1. Diseño de una fuente de recolección de agua lluvia para su reutilización en los cuartos de baño y riego de plantas que adornas las instalaciones de nuestra organización.	6 meses	*Tanques de recolección *Obras en tuberías para reutilización de agua *Inversión para la obra de recolección y reutilización *Estudio de segmentación de clientes *Clientes dispuestos a cooperar en el programa de logística inversa *Recursos para la recolección y transporte del material devuelto	1. ((Cantidad de agua recolectada (Litros) - Cantidad de agua reutilizada (Litros)) / (Cantidad de agua consumida mes anterior (Litros)) * 100 2. (Número total de equipos embalados / Numero de equipos embalados con material reutilizable) * 100	Semestral
			2.Reutilizar los residuos de embalaje de nuestros productos sin afectar su calidad y propósito.		*Espacio físico para bodegaje y recuperación de material envuelto *Personas para la reutilización y recuperación de material *Inversión para el programa		

Empleados y colaboradores	Generar conciencia ambiental mediante la aplicación de programas de reciclaje y reutilización	Instalar puntos ecológicos en las oficinas y sitios sociales de nuestra organización, acompañado de material educativo.	6 Meses	Formación de personal sobre el manejo de residuos y material reutilizable.	1. (Cantidad de residuos producidos) / (Cantidad de residuos clasificados) * 100	Trimestral
Proveedores (Hosting, Kone, Papelería, tecnología, herramientas, otros)	Priorizar aquellos proveedores que adelanten programas de protección al medio ambiente	Tener en cuenta durante las licitaciones y compras de materia prima a los proveedores que adelanten programas de cuidados con el medio ambiente.	12 Meses	Información de proveedores y planes ambientales	1. (Total de proveedores / Proveedores con programas de cuidado ambiental) * 100	Trimestral
Sociedad	Patrocinar programas ambientales liderados por misma comunidad	Apoyar con medios logísticos a los programas de cuidado de medio ambiente que la comunidad lleve a cabo	12 Meses	* Recursos humanos, logísticos y económicos.	1. (Número de programas liderados por la comunidad / Numero de programas patrocinados por la empresa) * 100	Trimestral

Fuente: *Elaboración propia*

5.2 Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders)

Tabla 7. Plan de Comunicaciones

PLAN DE COMUNICACIONES			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económica	Proveedores (Hosting, Kone, Papelería, tecnología, herramientas, otros)	Trimestral	*Correo Electrónico *Comunicados escritos
	Distribuidores (Medios de transporte en logística y cadena de abastecimiento)	Trimestral	*Correo Electrónico *Comunicados escritos
	Cientes (Propiedades Horizontales, constructoras, entidades estatales y gubernamentales)	Mensual	*Redes Sociales *Pagina Web *Voz a Voz *Correo Electrónico *Atención Personalizada *Comunicados escritos
	Entidades Financieras	Trimestral	*Correo Electrónico *Comunicados escritos
	Competidores	Trimestral	*Correo Electrónico
	Comunidad Social	Trimestral	*Correo Electrónico *Comunicados escritos
	Aliados	Trimestral	*Correo Electrónico *Comunicados escritos
	Inversionistas	Mensual	*Informes de Gestión *Correo Electrónico
	Accionistas	Mensual	*Informes de Gestión *Correo Electrónico
	Social	Junta Directiva	Mensual
Ambiental	Empleados y Familia	Trimestral	*Correo Electrónico *Reuniones de divulgación *Imágenes en pantalla
	Estudiantes UCEI	Trimestral	
	Medio Ambiente	Semestral	*Correo Electrónico *Comunicados escritos

Fuente: Elaboración Propia

5.3 Recomendación Modelo de Responsabilidad Social Empresarial

El mundo empresarial se encuentra expuesto no solo a los retos propios de cada actividad como son la rentabilidad, la competitividad o el sostenimiento a largo plazo de las organizaciones, además existe una realidad que desde hace unas cuantas décadas se viene fortaleciendo y se trata de la llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la cual se ha venido posicionando como una forma de gestión administrativa de recursos destinada a establecer relaciones con los denominados grupos de interés tanto internos como externos, en donde básicamente se busca estandarizar procesos o ejercicios enfocados en el entorno de la (RSE) permitiendo de esta forma que las organizaciones asuman conciencia social y ambiental con el fin de generar medidas que garanticen un impacto positivo en los clientes y de esta manera acreditarse como una empresa idónea con la cual se puede desarrollar negocios que se retribuye en beneficios comunitarios.

Actualmente, unas de las más importantes propuestas la presenta Global Reporting Initiative (GRI) Organización Iniciativa de Informe Global: este es un modelo de gestión y de solución que les permite a las empresas garantizar compras inequívocas, sostenibles y responsables. El modelo cuenta con aceptación internacional y ofrece una guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad teniendo en cuenta aspectos socioeconómicos y medioambientales. Cualquiera puede tener acceso a la guía. Una vez realizada la memoria, las empresas tienen la opción de enviar sus memorias de sostenibilidad a GRI y obtener una calificación en términos de transparencia de la memoria.

Basados en lo anterior, se plantea para la empresa Estilo Ingeniería S.A que el modelo de Plan de Responsabilidad Social más apropiado por su operación debe estar fundado en el informe de gestión formulado por La Global Reporting Initiative (GRI), el cual congrega las diferentes acciones e información requerida para el correcto desarrollo y revisión de cada una de las estrategias que obedece al plan.

Además, gracias a sus componentes y principios, permite que cada uno de los Stakeholders pueda acceder a informes periódicos establecidos dentro del plan y que estos reflejen los

impactos del entorno generados por Estilo Ingeniería S.A en el desarrollo de su objeto social alineados con las estrategias planteadas según los tiempos fijados y las actividades propuestas.

El modelo de Responsabilidad Social Empresarial “*Global Reporting Initiative (GRI)*” tiene establecidos indicadores estandarizados a escala internacional y a la vez resultan ser compatible con otros estándares relacionados con la RSE, como las normas:

ISO 26000: Orienta a las organizaciones a implementar un plan de Responsabilidad social empresarial

ISO 9001: Orienta y evalúa a la empresa en la satisfacción del cliente

ISO 14000: Permite implementar políticas al cuidado del medio ambiente

Este modelo le permitirá a la empresa *Estilo Ingeniería S.A* elaborar los informes de sostenibilidad de las operaciones y obtener indicadores que evalúen:

- ✓ **Rendimiento Económico:** Donde se monitoriza el desempeño de las ventas netas, costes y pagos relacionados con los proveedores.
- ✓ **Rendimiento Ambiental:** Monitoriza el consumo de recursos y materias primas.
- ✓ **Rendimiento Social:** Evalúa las relaciones laborales de los trabajadores, el estado de sanidad y de seguridad relacionado con la actividad económica de la empresa.

Estos indicadores son opcionales y voluntarios, pero aplicarlos mejoraría de manera significativa la imagen de la empresa, lo que generaría una ventaja competitiva y una estrategia empresarial orientada a la sostenibilidad y la rentabilidad para ella.

6. Conclusiones

- Los formatos presentados para la construcción del Plan de Responsabilidad Social Empresarial y programa de Comunicación de Estilo Ingeniería S.A, facilitaron el presente ejercicio, obteniendo un proyecto estratégico y acorde a la realidad de la organización.
- El RSE permite la divulgación, análisis y diagnóstico de aspectos importantes como los objetivos y las estrategias que se han definido; así mismo, se logra monitorear los cambios o desviaciones presentados en un periodo de tiempo, facilitando posibles acciones de mejora para los encargados de dicho plan.
- Dentro de la intención se establece el rol y función que cada uno de los Stakeholders tendrá a su cargo durante el avance de cada uno de los procesos definidos en la estrategia, de esta manera encontramos que a través del modelo GRI (Global Reporting Initiative) se conocerá el nivel de participación y compromiso que cada comunidad asumirá para el bien común de los objetivos planteados.
- Se identifica la necesidad de la planeación para la ejecución del sistema de Gestión en (RSE) para Estilo Ingeniería S.A, en el cual se identifiquen los objetivos, las estrategias organizacionales, los tiempos y aquellos indicadores que permitirán medir el cumplimiento de aquellos objetivos propuestos para cumplir a cabalidad con el proyecto de RSE, buscando que la compañía pueda cubrir todos sus frentes y dar cumplimiento en sus actividades a sus diferentes agrupaciones.
- La identificación de un modelo de gestión, permite evaluar las características, principios y normas fundamentales las cuales debe cumplir la compañía, para no entrar en faltas en su planeación e implementación del programa de RSE, a su vez para que este se pueda divulgar de tal manera que se formalice una política la cual la compañía, sus colaboradores y demás comunidades se acojan con el fin de generar una mayor comunicación asertiva y un relacionamiento más sólido y claro.

Bibliografía

- Braidot, N. (2014). Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement. (pp. 28-35, 431-473)
- Braidot, N. (2014). Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones, capítulo 9. (pp.233-244)
- Conexión ESAN (2016), Modelos de Responsabilidad Social.
- Centro Nacional de información de Calidad (2019), Estandares de Responsabilidad Social Empresarial.
- Cueto, C. & Cuesta, G. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. (pp. 33-38a) - (pp.16-20b)
- Dirección de Asuntos Económicos Multilaterales de DIRECON. Instrumentos de Responsabilidad Social (Santiago de Chile, 2013)
- Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 125-192, 237-246, 259-266)
- Malfitano, C. Arteaga, R. & Romano, S. (2007). Neuromarketing: cerebrando negocios y servicios,
capítulo 9. (pp. 244-245)
- Núñez, G. ONU, CEPAL. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. (2004). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. (pp. 19-21)