

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA AGUA
VITAL.

GENNY ISABEL ZULUAGA LÓPEZ

INGRID JOHANNA PUELLO

OLGA LUCIA ZAPATA VÉLEZ

OSCAR ANTONIO GONZÁLEZ

ROSA ESPERANZA VANEGAS

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD.

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES Y DE NEGOCIOS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

VALLE DEL GUAMUEZ

JUNIO 2018

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA AGUA
VITAL

GENNY ISABEL ZULUAGA LÓPEZ CÓD. 24.870.791

INGRID JOHANNA PUELLO CÓD. 37.745.209

OLGA LUCIA ZAPATA VÉLEZ CÓD. 33.945.431

OSCAR ANTONIO GONZÁLEZ CÓD. 17.338.662

ROSA ESPERANZA VANEGAS CÓD. 47.436.561

TUTOR

ESP. FAIBER ALEXIS BENAVIDES

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

GRUPO 101008_9

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES Y DE NEGOCIOS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

VALLE DEL GUAMUEZ

JUNIO 2018

Tabla de contenido

Resumen	7
Abstract	8
Introducción	9
1 Objetivos	11
2 propuesta plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa Agua Vital	12
2.1 Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)	12
2.2 Formato de evaluación del desempeño	16
2.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial	19
3. Código de conducta	20
3.1 Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción:	20
3.2 Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.	21
3.3 Código de Conducta Empresa AGUA VITAL	25
3.4 Definir los recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta empresarial	41
4. Stakeholders	43
Modelo De Informe De Gestión Recomendado.....	58
5. Conclusiones	59
6. Bibliografía	61

Lista de tablas

Tabla 1 Productos ofrecidos por la empresa	16
Tabla 2 Formato de evaluación y desempeño de Agua Vital.....	16
Tabla 3 Conformación del equipo	22
Tabla 4 Acciones que realizar responsables.....	42
Tabla 5 Matriz de relaciones Influencia vs impacto Agua Vital.....	52
Tabla 6 Plan de Responsabilidad social empresarial Agua Vital.....	53
Tabla 7 Plan de Comunicaciones a los interesados.....	57

Lista de graficas

Gráfica 1 Ubicación Empresa Agua Vital.....	13
Gráfica 2 Municipio Valle del Guamuez	13
Gráfica 3 Mapa genérico Stakeholders seleccionado.....	46

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Logo Agua Vital del Putumayo.....	12
Ilustración 2 Recurso Humano Agua Vital	15
Ilustración 3 Maquinaria y equipo	15
Ilustración 4 Recurso Humano	25
Ilustración 5 Logo Agua Vital.....	25

Resumen

La responsabilidad social empresarial (RSE) simboliza una actitud proactiva de las organizaciones en cuanto al compromiso con sus responsabilidades sociales y ambientales, en congruencia con los objetivos económicos y sociales que les generan beneficios concretos; a través del presente trabajo se estableció una conducta empresarial, en la cual los factores fundamentales son: el medio ambiente, las comunidades y las empresas en general. En este orden de ideas, este documento se ha desarrollado con principal atención en la creación de un código de conducta empresarial pertinente, que nos enseñe políticas empresariales claras, permitiendo elaborar un plan de responsabilidad social empresarial (RSE) acorde a las necesidades planteadas por la empresa y su entorno. Para lo cual tomamos como referencia la empresa AGUA VITAL, en la cual se reconocieron estas necesidades, se realizó el análisis correspondiente y el trabajo objetivo en la elaboración del plan de RSE que ponemos en contexto.

Abstract

Corporate social responsibility (CSR) symbolizes a proactive attitude of the organizations in terms of commitment to their social and environmental responsibilities, in accordance with the economic and social objectives that generate concrete benefits; Through this work a business conduct was established, in which the fundamental factors are: the environment, communities and companies in general. This document has been developed with the main focus on the creation of a relevant corporate code of conduct, which sets clear business policies, allowing the development of a corporate social responsibility (CSR) plan according to the needs raised by the company and its environment. For which the company AGUA VITAL was taken as a reference, in which these needs were recognized, the corresponding analysis and the objective work was carried out, in the elaboration of the CSR plan that is put into context.

Palabras claves

Responsabilidad social empresarial, organización, entorno, ética, stakeholders

Keywords

Corporate social responsibility, organization, environment, ethics, stakeholders

Introducción

El solo anhelo de incorporar la responsabilidad social empresarial no es suficiente para las empresas, como tampoco lo es dejarla al azar o bajo regulaciones gubernamentales, pues se pueden limitar las buenas prácticas responsables. La RSE es permanente y cada vez adquiere más fuerza, debido a que es una forma de gestión que relaciona la ética empresarial con los estamentos con los cuales mantiene relaciones.

En la actualidad se necesita de un gran compromiso, responsabilidad, participación, y la integración de un sistema de gestión que incluya la visión, la misión, los valores corporativos, las estrategias, las políticas, los indicadores de desempeño, los informes periódicos, la rendición de cuentas y la evaluación de profesionales idóneos. En el ejercicio de la RSE, las empresas deben sopesar las consecuencias de sus acciones sobre los stakeholders. Su cumplimiento requiere el desarrollo de procesos que permitan diagnosticar, poner en marcha y evaluar la capacidad empresarial para anticipar y responder a los inconvenientes que pueden presentarse, debido a las diversas exigencias y expectativas sociales.

La RSE busca instaurar objetivos afines con el desarrollo social, a través de la preservación de recursos ambientales y culturales. Por lo tanto, La RSE que se practique debe incluir una visión que permita el respeto por las comunidades y el medio ambiente; uniendo políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soporten el proceso de toma de decisiones; todo esto con un compromiso continuo, para lograr mejores niveles de competitividad mientras que simultáneamente se aporte al desarrollo sostenible, a través de acciones concretas y medibles, dirigidas a solucionar dificultades prioritarias; siempre de la mano con las dimensiones económica y política.

La Ética Institucional interfiere en la imagen y el renombre que los empleados,

colaboradores, clientes, y la comunidad posee de las organizaciones; el código de ética y/o conducta se constituye en una útil y fundamental herramienta para transmitir valores, principios y presentar la misión y visión Institucional basados en la reflexión sobre éstos mismos. Los valores y las prácticas influyen en la construcción y consolidación de la confianza y del prestigio de cada uno y en conjunto como empresa.

El código de conducta integra un conjunto de principios y valores éticos en la toma de decisiones en sus procesos y objetivos estratégicos, vinculándose en los ideales de la empresa, significa entonces el compromiso de cada uno por darle vida a los lineamientos que determinan la forma en que se debe actuar; es el documento que guía el comportamiento de manera íntegra, en este caso, reflejando la cultura empresarial de la gran familia Agua Vital.

Para la construcción del código de conducta empresarial es preciso apoyarse en un modelo gerencial y una guía e iniciativa que vaya acorde con la visión, la misión, los valores corporativos y el objetivo social de la empresa.

Los Stakeholders son las organizaciones sociales, proveedores, trabajadores, accionistas entre otros, que se ven afectados por las decisiones que toma una empresa, por ello generar credibilidad y confianza en estos es fundamental para el éxito de una empresa.

En las Organizaciones es cada vez más indispensable, demostrar un comportamiento socioeconómicamente responsable, pero además demostrar compromiso con la manera de asumir sus responsabilidades con todos los Stakeholders con los cuales se encuentran vinculadas.

1 Objetivos

1.1 Objetivo general

Elaborar el Plan de Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa Agua Vital

1.2 Objetivos específicos

- Proponer una empresa del entorno e indicar su direccionamiento estratégico
- Redactar el código de conducta de la empresa Agua Vital
- Realizar un video de contextualización sobre RSE vs Marketing
- Diseñar el Mapa genérico de Stakeholders de cada uno de los participantes
- Relacionar el Mapa genérico seleccionado con la respectiva explicación ampliada
- Presentar la Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto)
- Construir el Plan de responsabilidad social empresarial
- Determinar el Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders)
- Recomendar el Modelo de informe de gestión que más se ajuste al Plan de

Responsabilidad Propuesto

2. Propuesta plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa Agua Vital

2.1 Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)

Seleccionamos la Empresa agua vital, Ubicada en el Municipio Valle del Guamuez

Putumayo; la cual es líder en el tratamiento, venta y distribución de agua potable de alta calidad en todas sus presentaciones.

-La Dimensión de la Empresa Agua Vital que seleccionamos para continuar trabajando en la fase cinco del Diplomado, es la dimensión ambiental.

AGUA VITAL

EL AGUA QUE TE DA VIDA

NIT 87070354-8

Representante: REINEL FERNANDO PUERRES VASQUEZ



Ilustración 1 Logo Agua Vital del Putumayo

(Fuente: <https://www.encuentraloenputumayo.com/empresas/agua-vita>, s.f.)

HISTORIA:

La empresa agua vital hace presencia en el municipio Valle del Guamuez y San Miguel, desde el año 2009; es líder en el tratamiento, venta y distribución de agua potable de alta calidad en todas sus presentaciones, actualmente en el 2018; con su representante legal **REINEL FERNANDO PUERRES VASQUEZ**, se inicia un proceso de mejoramiento en la

calidad con proyectos de implementación en salud ocupacional, distribución de planta, buenas prácticas de manufactura y adquisición de nueva tecnología en la producción de agua potable para ofrecer el mejor servicio en el departamento del Putumayo.

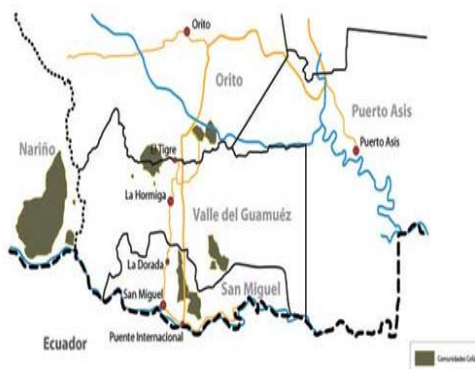
La empresa genera 14 empleos directos, además, apoya eventos deportivos y sociales que involucran la participación de la juventud del municipio.

UBICACIÓN:

La empresa AGUA VITAL, se encuentra ubicada en el barrio Esmeralda Cra 8va calle 10 esquina, municipio Valle del Guamuez, al sur de Colombia en el departamento del Putumayo.



Gráfica 1 Ubicación Empresa Agua Vital



Gráfica 2 Municipio Valle del Guamuez

MISIÒN:

Producir y comercializar agua potable con la mejor tecnología y con los más altos estándares de calidad en el municipio valle del Guamuez.

VISION:

Para el año 2018 adquirir nuevas tecnologías y transporte e implementar nuevos procesos productivos para el tratamiento del agua potable, distribuir y comercializar el producto en todo del Putumayo.

VALORES CORPORATIVOS:

Atención y Responsabilidad Con El Cliente: la empresa Agua Vital, ha consolidado una relación directa con sus clientes, respondiendo a sus necesidades y buscando su satisfacción absoluta; ofreciéndoles un buen producto.

Atención y Responsabilidad Con El Cliente Interno: como principio fundamental la empresa Agua Vital garantiza a su personal un excelente clima laboral y el goce de las condiciones necesarias para alcanzar un buen desempeño en sus labores diarias.

Respeto Por Los Recursos Naturales: la empresa Agua Vital, está comprometida con los recursos naturales ya que tiene en cuenta en cada uno de sus procedimientos y procesos, la importancia de preservar el medio ambiente y el recurso principal más valioso para los seres humanos y para nuestra empresa, como lo es el agua.

Confiabilidad: nuestra empresa abarca este concepto en un contexto de satisfacción, donde nuestro máximo objetivo se logra con la capacidad de cumplir a nuestros clientes, con un

producto de excelente calidad y con precios que se ajusten a la realidad visible en nuestra comunidad.

Responsabilidad Social: contribuimos activamente al mejoramiento social, económico y ambiental de los Municipios Valle del Guamuez y San Miguel; mejorando nuestra situación competitiva y valorativa.

Innovación: nuestra empresa busca la aplicación de la tecnología orientada a la mejora continua de los procesos, del producto y de nuestro servicio.



Ilustración 2 Recurso Humano Agua Vital

(Fuente: Agua Vital Putumayo. Recuperado de: <https://www.facebook.com/Agua-vital-putumayo-619179011428090/>, s.f.)



Ilustración 3 Maquinaria y equipo

(Fuente: Agua Vital Putumayo. Recuperado de: <https://www.facebook.com/Agua-vital-putumayo-619179011428090/>, s.f.)

Tabla 1 Productos ofrecidos por la empresa

PRODUCTO	VALOR UNITARIO
Botellón 20 litros recarga	\$ 4.000
Botellón 20 litros envase	\$ 35.000
Base metálica	\$ 15.000
Paca 140cc x 40 unidades	\$ 3.000
Paca 350cc x 20 unidades	\$ 3.000
Paca 600cc x 12 unidades	\$ 3.000

Fuente: Elaboración propia

2.2 Formato de evaluación del desempeño

Tabla 2 Formato de evaluación y desempeño de Agua Vital

Formato de evaluación Impacto Empresa Agua Vital		
Problema	Impacto	Prioridad atención (alta, media, baja)
<p>Económico</p> <p>Interno: La empresa genera 14 empleos directos entre los cuales tienen trabajadores del área administrativa y producción, y ofrece comisiones a los trabajadores de la fuerza de venta (distribuidores) por la venta de los productos de agua potable.</p> <p>Aumento del patrimonio de la empresa como persona jurídica gracias a su rentabilidad en el negocio.</p> <p>Externo: Genera 30 empleos indirectos (propietarios de los establecimientos)</p>	<p>Aporta al desarrollo económico de la región, generando empleos directos e indirectos, y brindando incentivos a los trabajadores. Además, los productos tienen un costo favorable en comparación a otros productos de la misma rama, y en comparación a los precios ofrecidos por otras empresas que manejan los mismos productos. Lo cual garantiza que las personas puedan consumir sin exceder sus gastos; aumentando la empresa así sus clientes potenciales y generando a su vez</p>	<p>Baja</p>

comerciales) se benefician por la venta de los productos de Agua Vital. aumento en la rentabilidad de la empresa.

Económico

Baja

Interno: Se aprecia un buen clima laboral mediante la producción y venta del producto terminado, la distribución de las funciones en la empresa es equitativas, el representante realiza recomendaciones prácticas de seguridad y salud, la contratación del personal es equivalente.

Las prácticas y políticas al interior de la empresa Agua Vital brindan calidad de vida y realización personal a los empleados directos e indirectos de la empresa y a sus familiares, permitiendo generar valor al grupo de trabajo vinculándolos a un entorno sostenible y con oportunidades.

La empresa Agua Vital tiene conformado un gran equipo de trabajo que genera valor y permite la convivencia armónica a todos.

Se vela porque la planta de personal se encuentre con salud física y mental, y estabilidad laboral; esto por medio del adecuado trato entre directivos y empleados, las justas disposiciones para los empleados, las pertinentes recomendaciones brindadas por personal idóneo sobre prácticas de seguridad y salud ocupacional, además de la motivación constante para la sana convivencia y el trabajo en equipo.

Social:

Media

Externo: El servicio que ofrece Agua Vital a la comunidad es indispensable porque contribuye a suplir una necesidad, ya que todos los habitantes (todas las edades) consumimos agua

La comunidad en general se beneficia por el consumo de agua potable, evitando exponerse a innumerables enfermedades; ya que, si no fuera por los productos ofrecidos por la Empresa Agua Vital y su competencia, la comunidad de la zona del Valle del

<p>Social:</p> <p>Apoya eventos deportivos y sociales que involucran la participación de la juventud del municipio.</p> <p>La empresa conformó un equipo de futbol, dónde se logra la integración de los empleados y la sociedad en general.</p>	<p>Guamuez haría uso de agua no apta para consumo humano, pues el recurso hídrico en esta región del País no se encuentra tratada desde su fuente primaria.</p> <p>El apoyo en eventos sociales y deportivos que la Empresa Agua Vital realiza a la comunidad de la zona del Valle del Guamuez es parte del aporte a la Responsabilidad Social Empresarial y el compromiso de la empresa con la sociedad.</p>	<p>Media</p>
<p>La empresa Dono 4.000 litros de agua a los damnificados de la avalancha en la ciudad de Mocoa.</p>	<p>Por otro lado, el acompañamiento que la Empresa realiza en momentos de emergencia y eventualidades en la comunidad hace también parte de este compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa.</p>	
<p>Ambiental:</p> <p>Interno: No se evidencia una responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, no hay control con la fabricación de bolsas plásticas</p>	<p>Las bolsas plásticas dada a su composición, su degradación es lenta llegando en algunos casos a perdurar 500 años hasta degradarse completamente, lo cual es un problema de contaminación ambiental que nos perjudica a todos. Las bolsas son fabricadas a base de petróleo, un recurso no renovable y culpable de la emisión de gases de efecto invernadero, asociado al cambio climático. Estas contaminan el entorno durante su</p>	<p>Alta</p>

<p>Externo: La empresa aún no ha realizado acciones que contribuyan a la preservación del medio ambiente, por lo tanto, está causando daño ambiental por la generación de bolsas plásticas.</p>	<p>fabricación y su incineración, ya que emiten dioxinas y cianuro, entre otros. Además del plástico algunas tienen impresiones con tintas tóxicas. Al dispersarse las bolsas pueden causar mortandad de animales, ya que las confunden con alimento. Esta falta de compromiso de la empresa en cuanto a la fabricación de bolsas plásticas contaminantes debe ser reconsiderada, puesto que además de todo lo anterior afecta el área social, pues da una mala imagen y reputación corporativa.</p>
<p>Ambiental:</p> <p>La falta de cultura en la comunidad Valleguamence, implica desinterés en el cuidado al medio ambiente por ello la gran mayoría de bolsas se desechan sin control alguno y acaban contaminando zonas urbanas y ecosistemas naturales.</p>	<p>Alta</p> <p>Por las condiciones climáticas el consumo de agua se va a incrementar cada día más en el departamento, y a la par la contaminación del ambiente con los residuos plásticos.</p>

Fuente: Elaboración propia

2.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

El plan de responsabilidad social se debe ejecutar en el área ambiental, porque la fuente principal de la empresa es un recurso natural que es primordial para la subsistencia del ser humano, por ende es sumamente importante analizar cada una de las etapas que se llevan a cabo en el ciclo de vida del producto que se genera dentro de la empresa, la cual busca proporcionar a la comunidad un recurso que mejore su nivel de vida, teniendo en cuenta el impacto positivo y

negativo que tiene el manejo del producto entre la población y el medio ambiente, ya que cada una de las fases de producción que se llevan a cabo en la empresa generan diferentes tipos de resultados que satisfacen las necesidades de las personas y a su vez influyen en la iniciativa de una problemática ambiental que puede afectar directamente a la empresa.

Dado a todo lo anterior, se hace indispensable crear el plan de RSE sobre la dimensión ambiental de la empresa Agua Vital, organización que aún no ha realizado acciones que contribuyan a ser amigables con el medio ambiente, de lo cual se deriva la generación y mala disposición del principal residuo-bolsas plásticas, el cual está causando un daño inestimable en el entorno.

3. Código de conducta

3.1 Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción:

Es el modelo planteado por el Dr. Peter Senge, modelo de organizaciones que aprenden la empresa que estamos aplicando, esta estrategia nos permitirá que desarrollemos de una manera colaborativa, como herramienta estratégica despejar los paradigmas que se puedan suceder y resolver los diferentes problemas, lograr que la empresa se desarrolle de una manera eficiente.

El trabajo del Dr. Senge les da a los valores humanos el papel fundamental que le corresponde en el lugar de trabajo, enfatizando que la visión, el propósito, la reflexión y el pensamiento sistemático son esenciales en aquellas organizaciones que quieran desarrollar toda su potencialidad. Él ha trabajado con líderes del sector empresarial, académico, de la salud y gubernamental.

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

La ISO 26000: “Guía de responsabilidad social”, El objetivo de esta guía es ayudar a las organizaciones a contribuir con el desarrollo sostenible mediante el establecimiento de principios de integración de RSE en la gestión de las organizaciones.

Cuyo valor añadido es que logra establecer un consenso global en torno a:

- 1) Qué principios, materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social deberían ser tenidos en cuenta por cualquier organización.
- 2) Qué debería hacer la organización para poner en práctica la RSE.

En este sentido, la ISO 26000 logra sintetizar una gran diversidad de criterios en una sola norma internacional, coherente y al alcance de todos.

Informe previo a la elaboración del código de ética y/o conducta.

- **Decisión de la alta dirección:**

Siempre para iniciar el proceso de consolidar un código de ética y/o conducta empresarial, este punto de partida debe salir desde la alta dirección; en el caso de la empresa Agua Vital, la decisión es tomada y presentada ante los grupos de interés por el representante legal el señor Reinel Fernando Puerres Vásquez, el cual reunió y motivó al personal de las áreas responsables para participar en la realización del mismo, siempre mostrando su postura ante la necesidad del comportamiento ético frente a todas las actuaciones de la empresa.

La Alta Gerencia decide crear el código de conducta para determinar los límites y las competencias de índole disciplinario, conductual, laboral, social, ambiental y profesional, reconociendo capacidades en todos los que están dentro y circulan alrededor del objeto social de

la empresa, colocando como punto de referencia las normas preestablecidas dentro del código y las cuales son de estricto cumplimiento, teniendo en cuenta que de no acatarse se configurarían en faltas graves.

- **A quien aplica:**

Los destinatarios de este código de ética y/o conducta para el presente caso son los colaboradores de la empresa Agua Vital (Incluye a toda aquella persona que, por el desarrollo habitual de sus tareas, toma decisiones o realiza acciones que producen efectos en aquellos que se relacionan con la empresa).

- **Conformación del equipo que lo dinamice:**

Tabla 3 Conformación del equipo

Actividades Acciones que realizar	Responsables	Fecha
10 Talleres de Sensibilización e Integración donde se desarrollen discusiones e intercambios sobre situaciones que se hayan dado o que se puedan dar más adelante dentro de la organización y considerar como se podrían sopesar	Reinel Fernando Puerres Vásquez (Representante legal)	15 al 25 de abril de 2018
Realización del Código de Conducta empresarial Agua Vital	Reinel Fernando Puerres Vásquez (Representante legal), Comité de ética y Abogado Laboral	26 al 30 de abril de 2018
Revisión y aval del Código de Conducta de la empresa Agua Vital por el personal del Área Administrativa	Reinel Fernando Puerres Vásquez (Representante legal) Diana Puerres Vásquez (secretaria) Rodrigo Bernal (Asesor Jurídico) Oscar Ríos Botero) Abogado Laboral)	01 al 02 de mayo de 2018
Difusión y Publicación en la Web, de La Misión, La Visión, Los Valores Corporativos y El Código de Conducta de la empresa Agua Vital	Diana Puerres Vásquez (secretaria)	03 al 04 de mayo de 2018
Establecer Medios de Difusión Disponibles para hacer llegar el Código de Conducta a la planta de personal de la empresa Agua Vital	Diana Puerres Vásquez (secretaria)	05 de mayo de 2018

Realizar reunión informativa con la participación de Áreas como: Área Administrativa, Área de Producción, Área de Distribución y Área Operativa, con el fin de fortalecer y difundir los objetivos del Código de Conducta empresarial	Reinel Fernando Puerres Vásquez (Representante legal) Diana Puerres Vásquez (secretaria)	08 de mayo de 2018
Elaboración de un Cuestionario para a través de este, realizar evaluación del cumplimiento del Código de Conducta por parte del personal de la empresa Agua Vital	Reinel Fernando Puerres Vásquez (Representante legal) Diana Puerres Vásquez (secretaria)	06 de mayo de 2018
Implantar además de Buzones de Quejas y Sugerencias, Buzones para Denuncias; estos últimos por si se presentan casos de falta de ética de parte de nuestros empleados	Diana Puerres Vásquez (secretaria)	07 de mayo de 2018

Fuente: Elaboración propia

- **Instancias de Sensibilización y Participación**

Para sensibilizar a los integrantes de la empresa Agua Vital, se hace necesario realizar una serie de talleres donde se propicie la integración de todos los niveles, dirigidos estos por su representante legal; desarrollándose allí discusiones e intercambios sobre situaciones que se hayan dado o que se puedan dar más adelante dentro de la organización y considerar como se podrían sopesar; abordando temáticas de interés de cada organización como confidencialidad, conflictos de interés, declaraciones, entre otros. El personal de la empresa Agua Vital debe tener como primera postura el respeto por la dignidad de cada una de las personas que desde sus diferentes frentes (Compañeros de trabajo, clientes, proveedores, entre otros) hacen parte del desarrollo de la empresa; de ahí la necesidad de aplicar en el diario vivir y en cada una de las interacciones, los Valores Corporativos de la empresa, así:

Atención y Responsabilidad Con El Cliente

Atención y Responsabilidad Con El Cliente Interno

Respeto Por Los Recursos Naturales

Confiabilidad

Responsabilidad Social

- **Recopilación de insumos y redacción provisoria**

Para la redacción del Código de Conducta de la empresa Agua Vital, se deben tener en cuenta varios puntos básicos, los cuales son considerados indispensables cuando se crea o modifica un Código:

Manejo de un lenguaje claramente comprensible por todos aquellos a quienes alcance.

Debe ser un documento práctico, de fácil acceso y disponibilidad para todos aquellos a quienes esté dirigido.

Es recomendable investigar si el sector, cámara o asociación al que pertenece la empresa, posee algún Código específico que contenga información a incorporar

Este Código debe estar respaldado por otros instrumentos gerenciales como el manuales de políticas, procedimientos, ejemplos prácticos, manual interno de trabajo y en este caso, apoyado entre otros, por la Resolución N.º 12186 del 20 de septiembre de 1991-INVIMA, por la cual se fijan las condiciones para los procesos de obtención, envasado y comercialización de agua potable tratada con destino al consumo humano (El agua envasada para consumo humano es un alimento de alto riesgo epidemiológico, por lo cual es necesario establecer las condiciones sanitarias para la Obtención y Comercialización de agua potable tratada con destino al consumo humano, como medida de protección de la salud).

- **Consultas multisectoriales**

Es pertinente realizar consultas en las que se involucre a todas las Áreas de la empresa Agua Vital para recolectar aportes y sugerencias que lleven a realizar un informe previo, el cual servirá de apoyo antes de la redacción final del código de conducta.

- **Consulta a peritos**

El documento será revisado de manera interna por el área administrativa, el asesor jurídico y el abogado laboral de la empresa Agua Vital, y de manera externa por las entidades

competentes para tal caso, con lo cual se busca por medio de opiniones bien fundamentadas y argumentos válidos, la implementación del código de conducta empresarial presentado.

Entre las entidades externas, se solicitará verificaciones, aportes y correcciones a la Cámara de Comercio para que ellos en su departamento jurídico y desarrollo de gestión empresarial, guíen la estructuración de este.

3.3 Código de Conducta Empresa AGUA VITAL



Ilustración 4 Recurso Humano

(Fuente: Agua Vital Putumayo. Recuperado de: <https://www.facebook.com/Agua-vital-putumayo-619179011428090/>, s.f.)



Ilustración 5 Logo Agua Vital

(Fuente: Agua Vital Putumayo. Recuperado de: <https://www.facebook.com/Agua-vital-putumayo-619179011428090/>, s.f.)

Introducción

El Código de Conducta es un marco de referencia que arraiga los valores que guían el comportamiento de cada uno de los integrantes de la Empresa Agua Vital, en las relaciones que se establecen con los clientes, proveedores, empleados, autoridades y comunidad en general. Esta herramienta es un apoyo al actuar cotidiano, y ofrece una ayuda para tomar decisiones ante situaciones complejas, porque a pesar de que se cuenta con manuales internos, procedimientos, regulaciones y legislación aplicable, no es posible evitar la ocurrencia de eventualidades, ante las cuales se requiere una orientación para abordar estos escenarios y considerarlos.

Este Código de Conducta es la expresión de la responsabilidad personal y a la vez de la responsabilidad social de la empresa de la cual se hace parte; garantizando una gestión eficiente, que busca la excelencia técnica y en el servicio, a través de una conducta íntegra y honesta.

El Código de Ética se apoya en una estructura que provee canales de información y comunicación confiables, a los que el personal de la empresa puede acudir para plantear sus inquietudes o algún caso controvertido con la ética, para favorecer la veracidad y la transparencia del desempeño de los implicados. Dicha estructura está conformada por una comisión de Ética y cuenta con teléfono de contacto y correo electrónico interno para uso de todos los colaboradores.

- **Confidencialidad Empresarial:**

Toda información referente a la empresa que se dé y se comparta con los trabajadores se considera reservada y confidencial y sólo puede ser divulgada con autorización expresa de Agua Vital. Es responsabilidad del personal adoptar las medidas de seguridad suficientes para proteger la información de Agua Vital y asegurarse que sean cumplidas por sus funcionarios.

Durante el curso de la relación laboral o contractual con la empresa, usted puede verse involucrado en la creación, el desarrollo o la invención de propiedad intelectual, que incluye, pero no se limita a ideas, conceptos, métodos, procesos, información confidencial y secretos comerciales, obras de autor, marcas comerciales y diseños, entre otros; toda esa propiedad intelectual y los derechos sobre dicha propiedad, tales como derechos de autor y patentes, serán propiedad de la empresa. Usted es responsable de cooperar con la empresa y de proporcionar la asistencia necesaria para asegurar que dicha propiedad intelectual y los derechos relacionados con la misma, se conviertan en propiedad exclusiva de la empresa, en particular proporcionando a la empresa para que alcance este fin, los trabajos y otros documentos que le pueda pedir.

Los activos de la empresa sólo se pueden utilizar con el fin de cumplir con las responsabilidades corporativas, y de ser el caso, para ayudar al personal a cumplir con sus deberes, obligaciones y responsabilidades como trabajadores de la empresa, no para uso personal. El personal de la empresa y/o personas que aun cuando no son trabajadores de la empresa, les resulte aplicable este Código tiene la responsabilidad de proteger y salvaguardar los bienes de la empresa de su pérdida, hurto, mal uso y despilfarro. El nombre de la empresa (incluyen todos los elementos de la imagen corporativa), las instalaciones y sus relaciones, son activos valiosos y sólo deben ser utilizados para llevar a cabo las actividades autorizados por la empresa y nunca para actividades personales.

Los activos y bienes de propiedad de la empresa no se deben utilizar para actividades ilegales.

- **Conflicto de Intereses:**

Los trabajadores que realicen actividades laborales externas, de carácter personal, deben asegurar que las mismas no generen conflictos en relación a los intereses de la empresa.

-No se desarrollarán actividades que puedan afectar el medio ambiente

-No se divulgará información confidencial relativa a procesos, métodos, estrategias, planes, proyectos, datos técnicos, de mercado o de cualquier otro tipo.

-Si alguno considera que existen intereses personales que pueden influir en su desempeño en el trabajo, habrá de comunicárselo por escrito al representante legal de la empresa y/o a su jefe inmediato.

-No se utilizará el nombre o los recursos de Agua Vital para beneficio personal.

-Cualquier transacción con empresas que tengan un vínculo personal serán comunicadas al representante legal de la empresa.

-No se beneficiará ningún colaborador de la empresa Agua Vital, con información confidencial, o con las oportunidades de negocio a las que se tengan acceso como resultado de su posición dentro de la empresa.

-Se representará a la empresa Agua Vital ante clientes, proveedores, competidores, únicamente con expresa autorización del representante legal de la empresa.

-Cada interesado se informará sobre las situaciones en las que se dé violación al Código de Conducta.

Se debe evitar que el juicio y las acciones profesionales en relación a los deberes y obligaciones sean influenciados indebidamente por otros intereses que los podrían beneficiar financiera, profesional o personalmente o a un familiar, o a alguien con quien se tenga una relación personal cercana. Por lo tanto, es necesario evitar todo tipo de conflicto de intereses, real, potencial o aparente, en el marco del desempeño de los deberes. Cuando se enfrente a un conflicto de intereses, se debe declarar inmediatamente. Si se determinara que sí existe un conflicto de intereses real, potencial o aparente, el supervisor detallará las medidas que se

tomarán para remediar la situación. La información comunicada se tratará de manera confidencial y se divulgará únicamente a aquellas personas directamente involucradas en la evaluación o el manejo del conflicto de intereses.

- **Conducta Interna:**

Se velará por el cuidado de la conducta en el lugar de trabajo, además de mantener una presentación personal adecuada, de acuerdo con las normas socialmente aceptadas en el desempeño de las funciones laborales. Del mismo modo por el comportamiento fuera del recinto de trabajo, siempre que se desempeñen en representación de la empresa, de acuerdo con los valores que la caracterizan. El personal que se desempeña en cargos ejecutivos y de jefatura, está en la obligación de transmitir al resto de la organización la importancia de que la empresa actúe con ética y con un buen comportamiento individual; por otro lado quienes están en esta posición, se comprometen a que todas sus decisiones e instrucciones se ajusten siempre a las normas que regulan la actividad, a los procedimientos internos definidos, y a los altos estándares éticos, para mantener una actitud de pertinencia con los valores de la empresa.

Se fomentará el trabajo en equipo, con la fortaleza en la conformación de un excelente talento humano, comprometido con el desarrollo de la empresa y de la región en la cual se desenvuelve. Se valorará el trato justo entre todos los colaboradores en los diferentes niveles; con el fin de favorecer una relación sana, que propicie el crecimiento personal.

Los empleados desarrollarán sus funciones con un alto estándar ético; en todo momento se actuará con transparencia, incluso en situaciones que puedan comprometer la reputación corporativa, la relación con los clientes y proveedores, y/o los resultados esperados. Con compromiso y eficiencia se hará entrega de un producto de calidad, en proceso continuo de

innovación, acorde a la publicidad realizada sobre estos. El trabajo de excelencia se evidenciará en cada uno de los procesos y en los productos.

La empresa garantizará que las leyes vigentes relativas a la salud, seguridad y medio ambiente en el lugar de trabajo, se consideran un estándar mínimo en todas las áreas en las que la empresa opera. El programa de salud, seguridad y medio ambiente, basado en un reconocimiento de riesgos, evaluación de riesgos y la eliminación de peligros, busca establecer un entorno laboral libre de incidentes. Todos son responsables de garantizar que terminen las labores diarias sin ningún percance.

En los vínculos con los proveedores, se mantendrá una visión estratégica de largo plazo, incentivando relaciones de cercanía y respeto mutuo. La empatía y el respeto son partes fundamentales del modelo de gestión, procurando un trato igualitario para cada uno de los clientes, proveedores y compañeros de trabajo.

Se contribuirá al desarrollo de la comunidad, pues el servicio y gestión buscará relaciones comprometidas con el cuidado del medioambiente, la gestión sustentable y la RSE.

Por otro lado, la apropiación indebida de los activos o fondos de la empresa, presentar informes inexactos de horas extras trabajadas y/o de cualquier otro tipo de novedad, es un incumplimiento de las obligaciones como trabajador de la empresa. Las solicitudes de reembolso de dinero, incluyendo, pero sin limitarse a, las tarjetas de crédito corporativas sólo deben tener relación con gastos legítimos de la empresa y tales gastos deben ser documentados y registrados con precisión. Si no se está seguro de si un determinado gasto es legítimo, se debe hablar con el secretario general y/o asesor jurídico de la empresa para aclarar esta inquietud.

Si bien es responsabilidad de todos cumplir con las instrucciones de los superiores, en el caso de que estas no respeten las normas éticas, se tiene la libertad de no responder a ellas.

- **Favores Comerciales:**

Cuando se esté inseguro acerca de la interpretación de una ley o norma, o acerca de la acción legal o ética adecuada que se debe tomar, el área jurídica y de ética puede ofrecer la orientación adecuada.

Los trabajadores deben abstenerse de entregar beneficios o favores que condicionen la relación comercial de la empresa con terceros.

Los comportamientos prohibidos incluyen tratativas, colusión y/o pacto, acuerdos con terceros para fijar o controlar precios, plazos o condiciones; restringir la competencia o las relaciones con los proveedores y los clientes; dividir o distribuir clientes, mercados o territorios entre Agua Vital y sus competidores; evitar el enviar una licitación, retirar una licitación o enviar una licitación ficticia para dirigir la licitación ganadora hacia otro licitante con quien se tiene pacto.

- **Contravenciones:**

Todos los involucrados en el presente código de conducta, son responsables de informarse sobre cómo reconocer las actividades de corrupción y/o infracción de la normatividad interna de la empresa, las leyes nacionales e internacionales, y asegurarse de no verse involucrados en ese tipo de situaciones, ya sea en forma directa o indirecta.

En las relaciones comerciales se actuará siempre apegados a la legislación vigente y a la responsabilidad social empresarial.

Se deberá evitar la participación económica de un trabajador o cualquier miembro de su grupo familiar o compañero sentimental, en una empresa que suministre un bien o servicio a Agua Vital. Además, el sostener relaciones sentimentales con compañeros de trabajo que impidan asegurar el principio de objetividad en la relación comercial.

Se deberá evitar el ofrecer a empleados del área administrativa negocios personales, cuando estos estén laborando y realizar negocios particulares entre los empleados tales como: pirámides, fondos no reglamentados, prestamos con intereses, entre otros.

No se deberá incurrir de forma directa en eventos de desprestigio de compañeros o de la empresa en general.

La selección del personal, los ascensos y las posibilidades de capacitación tendrán que estar fundamentadas en el desempeño individual; pues todos los empleados tienen las mismas oportunidades, y no se pueden dar segregaciones arbitrarias de ninguna naturaleza.

Los procesos de selección de proveedores tendrán que ser abiertos y claros; pues en ellos se tiene que garantizar la libre concurrencia o admisibilidad de quienes cumplen con requisitos de idoneidad, experiencia y capacidad, otorgando igualdad sin discriminación en el trato.

Estará prohibido hacer contribuciones en nombre, por cuenta o en representación de Agua Vital a partidos políticos que pueden influir o ser percibidos como que pueden influir en una decisión de negocios. Todas las donaciones políticas independiente del valor, hechas a nombre de la empresa (directa o indirectamente) no están permitidas. Las donaciones políticas hechas por los individuos en su propio nombre deben cumplir con las leyes y normatividad aplicable.

Se prohibirá solicitar u ofrecer donaciones en nombre, por cuenta o en representación de Agua Vital a proveedores, vendedores o funcionarios públicos de manera que se entienda que su cumplimiento es un requisito previo para futuras negociaciones con la empresa. La empresa promueve que sus trabajadores contribuyan con su tiempo y recursos personales a instituciones de beneficencia. Sin embargo, a menos que la solicitud sea apoyada por la empresa, se prohíbe utilizar el nombre de la empresa para la solicitud de donaciones o actividades similares, conexas o complementarias. Todas las peticiones de regalos empresariales para organizaciones benéficas

y otras organizaciones sin ánimo de lucro deben ser aprobadas previamente por el Representante Legal de la empresa o por las personas designadas para este fin. Las donaciones benéficas realizadas por individuos en su propio nombre deben cumplir con la normatividad vigente.

- **Negociaciones:**

Agua Vital se compromete a realizar sus actividades comerciales con integridad y prohíbe la corrupción, el fraude y los sobornos en todas sus formas. No se deben de manera directa o indirecta, aceptar, solicitar, ofrecer, prometer, otorgar o autorizar un soborno, comisión indebida, pago, que pueda interpretarse como tal (regalos, empleo, contratos o beneficios de cualquier tipo) a uno de parte de un tercero que pueda o de la apariencia de ejercer influencia, ya sea real o aparente, sobre los actos o decisiones, o de evitar que actúe, con la intención de obtener contratos o una ventaja indebida.

Se fomentará la veracidad y la transparencia; y para el cumplimiento de la legislación nacional y las convenciones internacionales, en la empresa se buscarán prevenir y controlar todo acto ilegal por medio del Sistema de Gestión Ética.

Se desarrollarán vínculos comerciales basados en la gestión, transparencia, respeto y el beneficio mutuo; conservando las relaciones que se han cultivado sustentándolas sobre la base de la veracidad, mutua satisfacción y respeto de los acuerdos. Brindándoles un trato que se ajuste a las normas que regulan la actividad y a los procedimientos internos definidos por la empresa, coherente con los estándares éticos desarrollados en este Código.

Las negociaciones y operaciones con nuestros clientes de Agua Vital se deberán ejecutar con honradez, tolerancia, ética, solidaridad, transparencia, respeto y responsabilidad social empresarial; estas negociaciones estarán a cargo de las áreas comerciales orientadas por la

gerencia general, poniendo en conocimiento inmediato toda negociación, de no ser así la negociación que se lleve a cabo en el momento no tendrá validez.

La empresa está comprometida en evitar la utilización de sus operaciones para lavar dinero o para cualquier actividad que facilite el lavado de dinero, la financiación del terrorismo y otras actividades delictivas. Para lo cual, se tomará todas las medidas pertinentes en cada momento, a fin de cumplir con la Constitución Nacional y las Leyes Nacionales e Internacionales aplicables; incluyendo pero no limitado a algunas como: el Producto del Delito (Lavado de Dinero) y la Ley de Financiamiento del Terrorismo (Canadá) y la Ley del Producto del Delito (Reino Unido), la Convención de Palermo de 2000 de las Naciones Unidas, el Unir y Fortalecer América Proporcionando las Herramientas Apropriadas para Interceptar y Obstruir el Terrorismo (EE.UU), la Ley 599 de 2000 (Código Penal Colombiano) modificado por la Ley 747 de 2002, la Ley 1357 de 2009, la Ley 1453 de 2011, la Ley 1121 de 2006, la Ley 1474 de 2011 y demás disposiciones a que llegue el caso.

- **Uso de la información de la empresa:**

La información obtenida por la empresa Agua Vital se debe usar solo para fines laborales con Responsabilidad y Ética. Toda la información y todos los registros de la Compañía son bienes corporativos y deben ser manejados con respeto de las políticas y reglamentación vigente y aplicable, incluyendo los preceptos de este Código. Además, se debe cumplir con los requisitos legales, reglamentarios, procedimientos, políticas y directrices relacionados con la retención y disposición de documentos y registros. También incluye todos los memorandos, notas, listas, registros y otros documentos (Copias de los mismos) que se realicen o compilen en relación con los negocios de la empresa, está excluida la documentación de carácter personal. Todos estos

activos-documentos deben ser entregados a la empresa inmediatamente después de la terminación del contrato.

Se resguarda la información confidencial, es decir, aquella que no es de carácter público y carece de autorización expresa para ser divulgada; esta información es utilizada sólo para los fines que fue solicitada. En la calidad de colaboradores no se discute, ni se comenta con terceros o en lugares públicos, la información reservada de los clientes.

En la actividad laboral, se respetará la legislación vigente y se entregará información fidedigna, oportuna, precisa y confiable, cuando es solicitada formalmente por las autoridades regulatorias u organismos del Estado, a través de los canales definidos por la empresa.

- **Comunicaciones estratégicas:**

La comunicación es una herramienta muy poderosa que influye en la elaboración de los procesos, es una pieza clave para lograr resultados positivos a la hora de entregar los productos a los clientes, se hace imprescindible que el personal tenga una buena comunicación interna y externa para identificar los requerimientos y logros de la empresa.

Se liderará con los clientes relaciones de respeto por la diversidad en todos los ámbitos y se asume el compromiso de ofrecer respuestas ágiles y oportunas a sus necesidades, y de comunicarse con ellos de manera respetuosa y cordial.

Con la finalidad de mantener vínculos de largo plazo con los clientes y/o consumidores, se promueve la congruencia, veracidad y transparencia, para afianzar una relación de fidelidad mutua y generar beneficios de manera recíproca.

Se fortalecerán diariamente relaciones de cordialidad, transparencia, trabajo en conjunto y comunicación directa con la comunidad, ya que esta es parte de la gestión empresarial.

Es imprescindible reportar cualquier sospecha de incumplimientos del Código y otras políticas o procedimientos de la empresa, o cualquier ley nacional, norma o reglamento. La información interna es fundamental para el éxito de la empresa. Si se tiene sospecha que una violación del Código o de cualquier ley, norma, o regulación ha sido o pueda ser cometida por alguna de las personas que presta servicios en la empresa, se estará en la obligación de suministrar la información a las áreas encargadas de la empresa: Asesor Jurídico, Representante Legal, Jefe Inmediato. Lo más importante es que al tener cualquier duda, cuando se trata de cualquier asunto que puede encontrarse bajo los términos y disposiciones del Código, se busque ayuda para aclararla.

Es compromiso de la empresa dar respuestas ágiles, oportunas, eficientes y acordes al público de interés, de forma proactiva y con compromiso por la excelencia en el servicio.

La empresa ofrecerá a sus trabajadores acceso a correo electrónico, Internet, teléfonos y otras formas de comunicación para fines institucionales. Si se reconoce la necesidad de un uso ocasional de estas herramientas para fines personales, este no debe ser excesivo, ir en contra de las políticas de la empresa, comprometer en forma alguna la realización de sus actividades y funciones como trabajador de la empresa, afectar los bienes, activos, información y cualquier propiedad de la empresa, o, causarle perjuicio de forma directa o indirecta. Todos los asuntos corporativos deben ser llevados a cabo por los trabajadores mediante el sistema de correo electrónico de la empresa Agua Vital o a través de otros sistemas debidamente autorizados para el efecto. Por otro lado, es obligación de todos, tomar todas las medidas que sean necesarias y razonables para proteger las copias impresas y electrónicas de la información confidencial que se retiran de la oficina para fines institucionales.

En caso de ser necesario el manejo de medios de comunicación y presentación de comunicados, solo el portavoz de la empresa es el autorizado para tal fin.

- **Cultural, social y religión:**

Teniendo como base, que nuestro país es diverso en culturas, religiones y credos, se aceptará la libertad de culto, la participación activa en política y el sostenimiento de la cultura colectiva siempre y cuando todas estas actividades se realicen en espacios que no afecten el desempeño laboral de los empleados. Se liderará el desempeño de las funciones en un ambiente libre de hostigamiento de cualquier naturaleza, originados en algún tipo de discriminación o abuso de poder, respetando al talento y capital humano.

Conscientes de la integridad y el valor de cada uno de los integrantes de Agua Vital, se asumirá el compromiso de garantizar condiciones que promuevan la dignidad y el respeto. Cada uno asume el compromiso de defender y promover un ambiente laboral de empatía, compromiso, eficiencia y transparencia; así como la libertad de formar parte de alguna organización política, religiosa, sindical, cultural, etc., si así lo desean, sin ser víctimas de discriminación. En la empresa no se desarrollarán prácticas antisindicales de ningún tipo, ya que serían contrarias a la Ley vigente y al Código de Ética de la empresa.

Se valorará la diversidad de los colaboradores de la empresa y se motivará la inclusión social, porque se está convencido que contribuye a estimular una actitud positiva, creativa e innovadora de crecimiento.

Más allá de la labor empresarial, en Agua Vital se respetará el derecho de cada trabajador a desarrollar actividades de todo tipo, siempre que no se contrapongan con sus funciones, ni se realicen acciones de proselitismo en la empresa.

Se llevará a cabo cada tarea con un fuerte compromiso con la comunidad y el entorno, aplicando la RSE y manteniendo en todo momento, una actitud de procura por ser respetuosos y amigables con el medio ambiente y los seres que lo conformamos. Se mantendrá una constante

actitud de alerta al impacto que el desempeño de la empresa pueda tener en las comunidades locales de San Miguel y Valle del Guamuez, y se buscará aminorar sus eventuales efectos negativos. “En la actualidad se está implementando estrategias para desarrollar programas permanentes e innovadores de promoción ambiental entre quienes trabajan en la empresa, y con los grupos de interés externos”.

- **Marco normativo:**

El control interno de la organización, esta normado por el decreto 1599 de 2005, en el cual se adoptan las normas generales, por el cual se adopta el modelo estándar MECI 1000:2005, el cual reglamenta las generalidades del código. Al igual que los trabajadores las empresas deben dar estricto cumplimiento y adoptar las normas establecidas por el gobierno nacional; para que se vean protegidos los derechos de los clientes, proveedores, terceros a fines de la operación.

Se procura de igual manera, generar confianza dentro de la organización, como principio fundamental para lograr los objetivos propuestos, estableciendo parámetros conductuales avalados por normas comunes, como lo son: el respeto, la honestidad, la atención mutua y la cordialidad; principios que nos llevaran a entender que pasando de lo particular a lo general, estaremos dando satisfacción duradera a todos aquellos quienes se ven abocados, a entablar relaciones comerciales con la empresa, teniendo en cuenta que lo fundamental prima y en este caso es el cumplimiento de las normas establecidas por el presente código.

Los roles de los diferentes actores que circulan alrededor de la empresa serán únicos responsables por el cumplimiento de ellas (normas) y serán los garantes para hacer que se cumplan, por lo que más que darle una visión de obligatoriedad, debemos observarlas como normas de estricto cumplimiento por el bien de la empresa.

Este control interno debe implementar mediante el código de ética las matrices o los puntos de partida para el ejercicio del buen desarrollo de las diferentes conductas dentro de la empresa.

1. **Conducta honesta y ética:** Las directivas, funcionarios y demás dependientes de la empresa deben ser personas honestas, objetivas y diligentes en sus funciones y deberes. La empresa confía en su profesionalismo y en la no participación de actividades ilegales o indebidas.

2. **Medio ambiente, seguridad y salud:** Con el fin de procurar cumplir en el día a día, con el objeto propuesto en la misión y la visión de la empresa, adelantamos esfuerzos profundos para trabajar, en función de la conservación de los recursos que nos brinda el medio ambiente, y más nuestro recurso vital que es además nuestra fuente de generación de ingresos EL AGUA, nos proponemos ser responsables con cada área de producción para evitar los accidentes laborales, capacitando nuestro personal en la mejor utilización de los espacios físicos en los cuales se desenvuelve cada uno de los trabajadores, procuramos prevenir enfermedades laborales, brindando campañas y exámenes periódicos a todo nuestro personal, incluidas las áreas administrativas.

3. **Cumplimiento de las leyes antimonopolio y de competencia:** Deberemos acatar las leyes antimonopolio y de competencia. Entendiendo que estas leyes están dadas para regular las relaciones entre clientes, la competencia, proveedores y otras personas involucradas en el giro normal de la operación de la empresa; teniendo en cuenta que al infringir estas leyes podríamos obtener sanciones de toda índole, es necesario evitar:

- Participar en ningún cartel
- Pactar con la competencia precios, estrategias, demandas, ofertas etc.
- Intercambiar información con la competencia

- Hacer restricciones con la competencia, de territorio, de población.
- Acordar precios
- Vulnerar los códigos, en las reuniones con los diferentes actores del sector.

En cualquiera de los casos, el departamento jurídico brindará las asesorías necesarias, para no incurrir en falta alguna, que vaya en pro de infringir dichas leyes.

Declaración de Cumplimiento: Al inicio del empleo y/o en cualquier momento de la relación laboral, a cada empleado de la empresa y proveedor se le proporcionará una copia del Código (o el acceso electrónico al Código o través de la intranet o web de la empresa) para que este firme un acuse de recibo y aceptación del mismo. Adicionalmente, los empleados y proveedores de la empresa Agua Vital, deberán certificar, cada año y por escrito, que han cumplido y seguirán cumpliendo con las disposiciones del Código.

Exención: Las exenciones al Código de Conducta de la empresa Agua Vital se otorgarán únicamente en situaciones particulares. Las exenciones para los trabajadores (diferentes al Representante Legal o al Comité de Ética) deben ser aprobadas por el Representante Legal y el Comité de Ética, y las exenciones para el Representante Legal deberán ser aprobadas por el Comité de Ética. Las aprobaciones deberán constar por escrito y deberán ser suscritas por todos los autorizados para el efecto. El Representante Legal deberá comunicar inmediatamente al Comité de Ética toda Exención concedida a un trabajador y los motivos de esta.

Incumplimiento: La violación de las disposiciones del presente código, podrá conllevar al inicio de un procedimiento disciplinario de acuerdo con la normatividad laboral colombiana y el reglamento interno de trabajo; garantizándose el reconocimiento al debido proceso, el derecho a la defensa, entre otros. El resultado de la investigación disciplinaria podrá generar acciones de carácter sancionatorio y/o incluso la terminación del contrato por justa causa, en los términos de

la legislación laboral colombiana, reglamento interno de trabajo y respetando los derechos previstos en la Constitución Política, derechos humanos previstos en Tratados Internacionales debidamente ratificados, los principios del Pacto Global en materia de protección Laboral y demás normatividad laboral aplicable. En lo casos en los que corresponda, se reportará a las autoridades competentes para que estas adelanten las investigaciones del caso.

Información de Contacto Interna de la Empresa Agua Vital:

Representante Legal: REINEL FERNANDO PUERRES VASQUEZ

Dirección: Barrio Esmeralda Cra 8 Calle 10 Esquina, Valle del Guamuez Putumayo.

NIT: 87070354-8

E-mail de la Empresa Agua Vital: aguavitalputumayo@gmail.com

Numero Celular: 3217826767

3.4 Definir los recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta empresarial.

Los recursos financieros son los activos que tiene algún grado de liquidez; el dinero en efectivo, los créditos, los depósitos en entidades financieras, las divisas y las tenencias de acciones y bonos forman parte de ellos. Estos recursos se generan a partir de diversas actividades; la venta de productos y servicios, la emisión de acciones, las rondas de capitalización, los préstamos solicitados y los subsidios son algunas de las fuentes de los recursos financieros. Los encargados de la administración de estos recursos deben analizar y planificar el correcto flujo de fondos, evitándose problemas por falta de recursos para afrontar las actividades productivas, el pago de obligaciones u otras situaciones que se presenten en la empresa y sean parte vital del

desarrollo de esta; ejemplo de esto es el caso puntual de contar con un monto para la realización e implementación del código de conducta empresarial.

Tabla 4 Acciones que realizar responsables

Acciones que realizar/ Responsables	Insumos	Fecha	Presupuesto
10 talleres de Sensibilización e Integración, antes de la realización del Código de Conducta, para 16 colaboradores Empleados Asesor jurídico Abogado laboral	Resma de hojas de block (160) Lapiceros (16) Marcadores borrables (8). Refrigerios (160)	15 al 25 de abril de 2018	\$ 10.000 \$ 8.000 \$ 12.000 \$ 240.000
Realización del Código de Conducta empresarial Agua Vital. Reinel Fernando Puerres Vásquez (Representante legal) Comité de ética Abogado Laboral-Jorge Enrique Arias	Refrigerios (7) Papelería Honorarios Abogado Laboral	26 al 30 de abril de 2018	\$ 10.500 \$ 10.000 \$ 1.500.000
Revisión y aval del Código de Conducta de la empresa Agua Vital por el personal del Área Administrativa. Reinel Fernando Puerres Vásquez (Representante legal) Comité de ética Abogado Laboral-Jorge Enrique Arias	Refrigerios (7) Papelería Honorarios Abogado Laboral	01 al 02 de mayo de 2018	\$ 10.500 \$ 10.000 \$ 1.500.000
Difusión y Publicación en la Web, de La Misión, La Visión, Los Valores Corporativos y El Código de Conducta de la empresa Agua Vital Diana Puerres Vásquez (secretaria)	Página Web Internet	03 al 04 de mayo de 2018	\$ 30.000
Establecer Medios de Difusión Disponibles para hacer llegar el Código de Conducta a la planta de personal de la empresa Agua Vital. Diana Puerres Vásquez (secretaria)	Página Web Internet	04 de mayo de 2018	\$ 30.000
Publicación en cartelera, en lugar estratégico del Código de Conducta empresarial	Servicio de Ploter-realización de cartel grande Servicio de marquetería (enmarcar el código de conducta)	04 de mayo de 2018	\$ 200.000 \$ 200.000
Impresión de 20 ejemplares del Código de Conducta empresarial Diana Puerres Vásquez (secretaria)	Servicio de tipografía (Cada ejemplar a color cuesta \$5.500)	04 de mayo de 2018	\$ 110.000
Realizar reunión informativa con la participación de Áreas como: Área Administrativa, Área de Producción, Área de Distribución y Área Operativa, con el fin de fortalecer y difundir los objetivos del Código de Conducta empresarial Reinel Fernando Puerres Vásquez (Representante legal) Diana Puerres Vásquez (secretaria) Asesor Jurídico-Rodrigo Bernal Abogado Laboral-Jorge Enrique Arias Entrega del Código de Conducta Empresarial impreso.	Refrigerios (16)	08 de mayo de 2018	\$ 24.000
Elaboración de un Cuestionario para a través de este, realizar evaluación trimestral del cumplimiento del Código de Conducta por parte del personal de la empresa Agua Vital.	Papelería	06 de mayo de 2018	\$ 15.000

Reinel Fernando Puerres Vásquez (Representante legal)			
Diana Puerres Vásquez (secretaria)			
Implantar además de Buzones de Quejas y Sugerencias, Buzones para Denuncias; estos últimos por si se presentan casos de falta de ética de parte de los colaboradores de la empresa.	Diana Puerres Vásquez (secretaria)	07 de mayo de 2018	\$ 120. 000
TOTAL			\$4.040.000

4. Stakeholders

4.1 Breve descripción de los Stakeholders

Actualmente en cualquier organización se hace necesario que el desarrollo de una estrategia de RSE coincida con las estrategias empresariales y a su vez sean medibles y sistemáticas. Con los Stakeholders se especifica a los individuos y/o grupos hacia los cuales se orientará la responsabilidad social empresarial; en cualquier empresa para sostener una ventaja competitiva, el estar relacionado con los grupos de interés es indispensable.

Stakeholders de la Empresa Agua vital:

Propietario: Esta espera que la sociedad le ofrezca un retorno del capital positivo, así como que sea informado de manera veraz, transparente y periódica de los hechos significativos que afecten de alguna manera su inversión. En este caso, el exigirá control sobre una adecuada gestión de los riesgos sociales y ambientales que puedan afectar el valor, a medio y largo plazo.

Personal/Representante Legal-Directivos: Los empleados esperan desde aspectos como: retribución justa, sostenimiento del empleo, salud y seguridad en el área de trabajo, impulso para el desarrollo profesional, formación y/o capacitación; Teniendo en cuenta las necesidades particulares entre directivos y no directivos.

Clientes y/o consumidores: Estos tienen expectativas básicas como son: un precio justo y adecuado, consiguiente al producto comprado; además salubridad de los productos, información acerca de los mismos, fiabilidad-verificada por sellos o certificaciones de control de calidad de los productos.

Colaboradores: Estos esperan lealtad de la empresa y viceversa, que se presten entre sí servicios rápidos y puntuales, garantías sobre el producto, calidad en los mismos y seguridad en procesos de transporte y logística que les permitan acercar los productos a los consumidores sin riesgos.

Comunidad-Medio Ambiente: Las comunidades locales esperan que la empresa les sirva prestando sus servicios y vendiendo productos de excelente calidad, además por medio de la implementación de fuentes de empleo, desarrollo de infraestructuras básicas o mejora de algún servicio a nivel local. Por otro lado, las expectativas también son de información y prevención acerca de riesgos sociales o ambientales en lo que la empresa pudiera incurrir, y el cuidado del ecosistema propio existente. Así mismo esperan se les tenga en cuenta en decisiones locales, que la empresa cree riqueza para la sociedad y que controle los riesgos que pudieran existir para el medio ambiente y los seres humanos; durante el desarrollo de sus operaciones esperan información clara sobre lo que la empresa hace y como lo hace, así como la apertura al diálogo si fuera necesario y a la colaboración entre los involucrados.

Proveedores: es indispensable contar con proveedores que entreguen a la empresa suministros de calidad a un coste razonable, con entregas puntuales e incluso participación en el diseño de nuevos productos que satisfagan aún mejor los requerimientos de los clientes y/o consumidores.

Institucionalidad: (local, regional, nacional) los diferentes entes de control esperan el total cumplimiento de la normatividad vigente. Además de información, colaboración, dialogo, participación, y apoyo para el establecimiento de normas o vías que mejoren la calidad de vida de los ciudadanos.

Competidores: Los competidores tienen expectativas acerca del comportamiento responsable de la empresa, como el respeto a la libre competencia, lealtad en la colaboración y alianzas en casos específicos, buscando un mercado beneficioso para todos.

4.2 Mapa genérico seleccionado con la respectiva explicación ampliada¹



Gráfica 3 Mapa genérico Stakeholders seleccionado

(Fuente: Zuluaga, G. (s.f.). Medios Electronicos Stakeholders Agua Vital., s.f.)

La responsabilidad social de una empresa debe responder satisfactoriamente a las expectativas de sus stakeholders. En este orden de ideas, si responsabilidad social empresarial es generar valor para los grupos con los que se relaciona la empresa de forma que actúe sosteniblemente, entonces definir en qué aspectos debe responder a sus stakeholders es clave.

Propietario-Interno: Su propietario Reinel Fernando Puerres Vásquez espera que la sociedad le ofrezca un retorno del capital positivo, así como que sea informado de manera veraz, transparente y periódica de los hechos significativos que afecten de alguna manera su inversión. En este caso, el exigirá control sobre una adecuada gestión de los riesgos sociales y ambientales que puedan afectar el valor a medio y largo plazo.

Personal/Representante Legal-Directivos-Interno: La planta de personal cuenta con 2 directivos: propietario-representante legal: Reinel Fernando Puerres Vásquez y su hermana: Diana Omaira Puerres Vásquez y 12 empleados-5 pertenecen a la Planta de Producción y 7 pertenecen a la Fuerza de Ventas. Los empleados esperan desde aspectos como: retribución justa, sostenimiento del empleo, salud y seguridad en el área de trabajo, impulso para el desarrollo profesional, formación y/o capacitación; Teniendo en cuenta las necesidades particulares entre directivos y no directivos; además saben de la responsabilidad que implica trabajar para entregar a los consumidores productos con calidad, que lleven a la empresa a ser competitiva, reconocida, y a sostenerse en el tiempo.

Colaboradores - Interno: Estos esperan lealtad de la empresa y viceversa, que se presten entre sí servicios rápidos y puntuales, garantías sobre el producto, calidad en los mismos, y seguridad en procesos de transporte y logística que les permitan acercar los productos a los consumidores sin riesgos de diferente índole; en esta parte las personas involucradas son: Lenin Revelo, Esteban Monje, Humberto Daza, Leonid Álvarez y William Ortega (Distribuidores).

Comunidad-Medio Ambiente Zona Valle del Guamuez-Externo: Las comunidades locales esperan que la empresa les sirva prestando sus servicios y vendiendo productos de excelente calidad, ya que en esta zona del País, el recurso hídrico no cuenta con las mínimas condiciones de salubridad para ser consumido desde su fuente primaria; por otro lado las comunidades locales esperan aportes y ver un impacto positivo en su región, por medio de la implementación de fuentes de empleo, desarrollo de infraestructuras básicas o mejora de algún servicio a nivel local. Además, las expectativas también son de información y prevención acerca de riesgos sociales o ambientales en lo que la empresa pudiera incurrir, y el cuidado del ecosistema propio existente; es necesario tener en cuenta que esta es una zona con especial enfoque diferencial, pues allí existen terrenos ancestrales en las que habitan comunidades indígenas de las siguientes etnias: Kofàn; Inga; Pastos y Embera Chami, las cuales en ningún momento se pueden sentir afectadas o amenazadas. Así mismo la población de la Zona del Valle del Guamuez, espera se les tenga en cuenta en decisiones locales, que la empresa cree riqueza para la sociedad y que controle los riesgos que pudieran existir para el medio ambiente y los seres humanos; durante el desarrollo de sus operaciones esperan información clara sobre lo que la empresa hace y como lo hace, así como la apertura al diálogo si fuera necesario y a la colaboración entre los involucrados. En la zona del Valle del Guamuez la entidad encargada del cuidado del Medioambiente, y por ende del mejoramiento de la calidad de vida de todos los seres vivos, y con la cual las empresas deben tener constante comunicación y apoyo es CORPOAMAZONIA.

Proveedores-Externo: es indispensable contar con proveedores que entreguen a la empresa suministros de calidad a un coste razonable, con entregas puntuales e incluso participación en el diseño de nuevos productos que satisfagan aún mejor los requerimientos de los clientes y/o consumidores, para el caso actual en la línea de Proveedores se encuentran:

Liliplast S.A.S; Flexiempaques del Huila; Distecplast, Plastisur Neiva; Multiempaques; Hidropura S.A.S.; Pronext Canastas Plásticas; Bopet; Antracitas de Cundinamarca y Químicos Orbe.

Clientes y/o consumidores-Externo: Los clientes y/o consumidores de la empresa Agua Vital pertenecen principalmente a la Zona Valle del Guamuez, lugar donde el recurso hídrico primario no es tratado, ni cuenta con los requerimientos mínimos para ser consumido, motivo por el cual su población requiere de la adquisición del agua embotellada, para realizar desde su hidratación hasta su alimentación. Ellos tienen expectativas básicas como son: un precio justo y adecuado, consiguiente al producto comprado; además salubridad de los productos, información acerca de los mismos, fiabilidad-verificada por sellos o certificaciones de control de calidad de los productos; para el caso de esta empresa, pertenecen a su línea de clientes y/o consumidores los siguientes: Funcionarios de las Dependencias de las Administraciones Municipales; funcionarios de las Entidades Públicas y Privadas de la zona; el Hospital Sagrado Corazón; los Comedores Escolares de las Instituciones Educativas: Colegio Agropecuario Ciudad La Hormiga, Colegio CCH, Colegio La Libertad, 12 colegios del área rural; el Comedor de los Ancianos: Hogar de bienestar Descanso Primavera; las Asociaciones de Discapacidad: Fundación ayudando con el corazón y ASOPANDIS; los Establecimientos Comerciales como: Tiendas informales, Estanquillos, cafeterías, heladerías, bares y discotecas; hoteles: Hotel Restaurante D` Mario, Hotel Márquez Amazónico, Gran Hotel de Lago, Grand Hotel Oriente, Hotel Monarca Putumayo, Hotel Las Acacias, Hotel David, entre otros; Supermercados: Supermercado Familiar y el Hipermercado Super Económico; restaurantes; Y las Comunidades en General.

Institucionalidad-Externo: (local, regional, nacional) Los diferentes entes de control realizan inspección, vigilancia y control; esperando el total cumplimiento de la normatividad

vigente. Además de información, colaboración, dialogo, participación, y apoyo para el establecimiento de normas o vías que mejoren la calidad de vida de los ciudadanos.

Local: Administración Municipal y/o dependencias como: Secretarías de Salud y Secretarías de Gobierno Municipal-Zona Valle del Guamuez (Planes de Desarrollo Municipal 2016-2019); Cabildos Indígenas Valle del Guamuez.

Regional: Comisión Regional de Competitividad del Putumayo; Cámara de Comercio del Putumayo; Plan de Desarrollo Departamental 2016-2019; DANE.

Nacional: Ministerio de Salud y La Protección Social, Ministerio del Interior-División de Asuntos Indígenas; Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible; INVIMA; ICONTEC y otros afines.

Competidores-Externo: Los competidores tienen expectativas acerca del comportamiento responsable de la empresa, como el respeto a la libre competencia, lealtad en la colaboración y alianzas en casos específicos, buscando un mercado beneficioso para todos. La competencia de la Empresa Agua Vital actualmente la ejercen:

A Nivel Local: Agua Fresur

A Nivel Regional: Agua Pura del Putumayo

A Nivel Nacional: Agua Cristal

Medios de Comunicación-Externo: Los medios de comunicación le sirven a la empresa para proyectar y reforzar su imagen e identidad corporativa dentro de los diferentes grupos de interés (clientes y/o consumidores; comunidad en general, administración pública, entre otros), dando a conocer los bienes ofrecidos por la empresa Agua Vital, buscando conseguir la interacción de los mismos con la marca. Es una herramienta estratégica indispensable para que la empresa se posicione en el mercado, pero actualmente no se debe limitar al mensaje publicitario, sino que debe estar construida en base a una comunicación integral, basada tanto en

la agilidad de respuesta ante opiniones positivas externas, como en la empatía ante las diferentes crisis de marca que se puedan producir. En el Departamento del Putumayo el 43% de los Municipios viven en silencio, pues por varios inconvenientes no cuentan con medios de comunicación local. La empresa Agua Vital por su parte, cuenta con medios tecnológicos privados como la página web y Facebook, y además con otros medios, como los siguientes:

Medio Local: Prisma Noticias: canal de televisión y en Facebook; el cual tiene alianza con RCN, Caracol, y el medio escrito regional-EXTRA Diario del Sur.

Medio Regional: Medios Escritos: EXTRA Diario del Sur y Mi Putumayo.

Medio Nacional: Medios Escritos: El Tiempo y El Espectador.

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

Alto **Tabla 5 Matriz de relaciones Influencia vs impacto Agua Vital**

Matriz de Influencia/Impacto, EMPRESA AGUA VITAL

Mantenerlos informados y nunca ignorarlos.

-Comunidad (Externo): Zona Valle del Guamuez Putumayo. (Enfoque Diferencial: Comunidades Indígenas).

-Medio Ambiente (Externo): Zona Valle del Guamuez Putumayo: Entidad Corpoamazonia.

-Medios de Comunicación (Externo): Zona Valle del Guamuez:

Local: **Prisma Noticias:** canal de televisión y en Facebook; el cual tiene alianza con RCN, Caracol y el medio escrito regional-EXTRA Diario del Sur.

Regional: **Medios Escritos:** EXTRA Diario del Sur y Mi Putumayo.

Nacional: **Medios Escritos:** El Tiempo y El Espectador.

Mantenerlos informados con mínimo esfuerzo.

-Institucionalidad (Externo):

Local: **Administración Municipal y/o dependencias como:** Secretarías de Salud y Secretarías de Gobierno Municipal-Zona Valle del Guamuez (Planes de Desarrollo Municipal 2016-2019); Cabildos Indígenas Valle del Guamuez.

Regional: **Comisión Regional de Competitividad del Putumayo; Cámara de Comercio del Putumayo; Plan de Desarrollo Departamental 2016-2019; DANE.**

Nacional: **Ministerio de Salud y la Protección Social, Ministerio del Interior-División de Asuntos Indígenas; Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible; INVIMA, ICONTEC y otros afines.**

-Competidores (Externo):

Local: **Agua Fresur**

Regional: **Agua Pura del Putumayo**

Nacional: **Agua Cristal**

Trabajar para él.

-Cliente y/o Consumidores (Externo): Zona Valle del Guamuez Putumayo:

Dependencias Administraciones Municipales.

Entidades Públicas y Privadas.

Hospital Sagrado Corazón.

Comedores Escolares: Colegio Agropecuario Ciudad La Hormiga, Colegio CCH, Colegio La Libertad, 12 colegios del área rural.

Comedor de los Ancianos: Hogar de bienestar Descanso Primavera.

Asociaciones de Discapacidad: Fundación Ayudando con el Corazón y ASOPANDIS.

Establecimientos Comerciales: Tiendas de barrio, Estanquillos, Cafeterías, Heladerías, Bares y Discotecas; Restaurantes; Supermercados:

Hoteles: Hotel Restaurante D'Mario, Hotel Márquez Amazónico, Gran Hotel de Lago, Grand Hotel Oriente, Hotel Monarca Putumayo, Hotel Las Acacias, Hotel David, entre otros.

-Comunidad en General (Externo)

Trabajar con ellos.

-Personal (Interno): 12 empleados: 5 pertenecen a la Planta de Producción y 7 pertenecen a la Fuerza de Ventas.

-Propietario-Representante Legal y Directivos (Interno): 2 directivos-Reinel Fernando Puerres Vásquez, Diana Puerres Vásquez).

-Colaboradores (Interno): Lenin Revelo, Esteban Monje, Humberto Daza, Leonid Álvarez y William Ortega (Distribuidores).

-Proveedores (Externo): **Nacional:** Liliplast S.A.S; Flexiempaques del Huila; Distecplast, Plastisur Neiva; Multiempaques; Hidropura S.A.S.; Pronext Canastas Plásticas; Bopet; Antracitas de Cundinamarca y Químicos Orbe.

INFLUENCIA

Bajo

Alto

(Fuente: Agua Vital Putumayo. Recuperado de: <https://www.facebook.com/Agua-vital-putumayo-619179011428090/>, s.f.)

Tabla 6 Plan de Responsabilidad social empresarial Agua Vital

5. PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EMPRESA AGUA VITAL

Dimensiones	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económica	Personal/Representante Legal-Directivos-Interno: La planta de personal cuenta con 2 directivos: propietario-representante legal: Reinel Fernando Puerres Vásquez y su hermana: Diana Omaira Puerres Vásquez y 12 empleados-5 pertenecen a la Planta de Producción y 7 pertenecen a la Fuerza de Ventas.	Motivar y sostener el adecuado clima laboral dentro de la Empresa Agua Vital.	Realizar 6 Talleres de Sensibilización sobre crecimiento y desarrollo personal, sana convivencia y trabajo en equipo.	Se realizarán de forma mensual, inicia el día 27-06-2018 y culmina el día 27-12-2018	Físicos: Salón de conferencias de la Empresa Agua Vital (Con su inmobiliario). Humanos: 1 profesional idóneo y los 16 empleados de la Empresa Agua Vital. Técnicos: Tablero acrílico, videobin; resma de hojas de block, 16 lapiceros, 8 marcadores borrables (color azul, rojo, negro y verde); 96 refrigerios.	(Número de personal capacitado/número de personal de la empresa) * 100% = % alcanzado	Mensual; se realiza por medio de las actas y planillas de capacitación, además de la valoración de experiencias positivas y negativas que se den en el entorno laboral, durante los meses que se lleve a cabo las capacitaciones.
	Colaboradores - Interno: Lenin Revelo, Esteban Monje, Humberto Daza, Leonid Álvarez y William Ortega (Distribuidores-pertenecen a la fuerza de ventas).	Participar activamente en las capacitaciones dirigidas por el propietario de la empresa	Presentar estrategias que ayuden a crecer económicamente la empresa	Ultimo día de cada mes	Humanos: Lenin Revelo, William Ortega, Esteban Monje, Humberto Daza, Leonid Alvarez Técnicos: Computador, video beam Físicos: salón principal de la empresa Agua Vital	Número de personas/person al contratado	Mensual
	Clientes y/o consumidores-Externo: Funcionarios de las Dependencias de las Administraciones Municipales de la Zona del Valle del Guamuez ; funcionarios de las Entidades Públicas y Privadas de la zona; el Hospital Sagrado Corazón; los Comedores Escolares de las Instituciones Educativas: Colegio Agropecuario Ciudad La Hormiga, Colegio CCH, Colegio La Libertad, 12 colegios del área rural; el Comedor de los Ancianos: Hogar de bienestar Descanso Primavera; las Asociaciones de Discapacidad: Fundación ayudando con el corazón y ASOPANDIS; los Establecimientos Comerciales como: Tiendas informales, Estanquillos, cafeterías,	Educar a los clientes y/o consumidores sobre la importancia del agua, los procesos que la Empresa Agua Vital Maneja y darles a conocer sus instalaciones.	Realizar 6 charlas educativas, donde se inculque la importancia del recurso hídrico, su aprovechamiento y cuidado; además los procesos que lleva a cabo la empresa para la debida purificación y empaque del agua ofrecida a los clientes y por último un recorrido por las plantas de producción y la dependencia Fuerza de Ventas. Esto con el fin de	Se realizarán de forma mensual, el último día hábil de cada mes, inicia el día 29-06-2018 y culmina el día 28-12-2018	Físicos: Salón de conferencias de la Empresa Agua Vital (Con su inmobiliario), Planta de Producción y Oficinas de la Fuerza de Ventas. Humanos: 1 directivo, 1 jefe de Área de Producción y 1 Jefe de Fuerza de Ventas de la Empresa Agua Vital. Técnicos: Tablero acrílico, videobin; 2 resmas de hojas de block, 200 lapiceros, 12 marcadores borrables (color azul, rojo, negro y verde), 200 volantes con	Número de nuevos clientes / Número de clientes potenciales existentes.	Mensual; se realiza por medio de las actas y planillas de capacitación, además de la valoración del aumento en las ventas y/o el aumento de clientes potenciales que se vaya presentando durante el espacio de tiempo en el que se estén llevando a

heladerías, bares y discotecas; hoteles: Hotel Restaurante D' Mario, Hotel Márquez Amazónico, Gran Hotel de Lago, Grand Hotel Oriente, Hotel Monarca Putumayo, Hotel Las Acacias, Hotel David, entre otros; Supermercados: Supermercado Familiar y el Hipermercado Super Económico; restaurantes; **Y las Comunidades en General.**

Proveedores-Externo: Liliplast S.A.S; Flexiempaques del Huila; Distecplast, Plastisur Neiva; Multiempaques; Hidropura S.A.S.; Pronext Canastas Plásticas; Bopet; Antracitas de Cundinamarca y Químicos Orbe.

Competidores-Externo:

A Nivel Local: Agua Fresur

A Nivel Regional: Agua Pura del Putumayo

A Nivel Nacional: Agua Cristal

Realizar encuentros con los proveedores, para socializar temas de interés mutuo.

acercar a la comunidad a la Empresa Agua Vital y generar confianza, motivando así el aumento del consumo de los productos que ofrece, mejorando su participación en el mercado.

Realizar 3 encuentros y socialización de temas de interés entre la Empresa Agua vital y sus Proveedores; en especial el tema del uso de materiales que vayan a la vanguardia con la reducción posible de impactos económicos, sociales y ambientales negativos. Recalcando la importancia tanto para las empresas como para sus proveedores de llevar a cabo la responsabilidad social empresarial como un valor añadido y de fomentar la innovación en la cadena de suministro. Lo cual si no se hace, se convierte en una traba en las relaciones comerciales.

Se realizarán de forma trimensual, los últimos días hábiles de cada tres meses, inicia el día 29-06-2018 y culmina el día 28-12-2018

información y propaganda de la Empresa Agua Vital.

Físicos: Salón de conferencias de la Empresa Agua Vital (Con su inmobiliario).

Humanos: 1 directivo de la Empresa Agua Vital y 1 representante de cada una de las empresas de Proveedores: Liliplast S.A.S; Flexiempaques del Huila; Distecplast, Plastisur Neiva; Multiempaques; Hidropura S.A.S.; Pronext Canastas Plásticas; Bopet; Antracitas de Cundinamarca y Químicos Orbe.

Técnicos: Tablero acrílico, videobin; 4 marcadores borrables (color azul, rojo, negro y verde).

Número de interesados invitados / Número de interesados asistentes

cabo las actividades.

Trimestral; se realiza por medio de las actas y asistencias.

Social

Comunidad del Valle del Guamuez-Externo

Integrar a la comunidad de la Zona del Valle del Guamuez en las actividades realizadas por la Empresa Agua Vital.

Realizar 6 encuentros con representantes de la Comunidad de la Zona de Valle del Guamuez, abriendo espacios para escuchar a los representantes de las comunidades con enfoque diferencial; esto con la intención de que eviten sentirse amenazados o excluidos por las operaciones de la Empresa Agua Vital, además de saber cuáles son los aportes

Se realizarán de forma mensual, los últimos días hábiles de cada mes, inicia el día 29-06-2018 y culmina el día 28-12-2018

Físicos: Salón de conferencias de la Empresa Agua Vital (Con su inmobiliario).

Humanos: 2 directivos de la Empresa Agua Vital y representantes entre otros, de las comunidades etnias: Kofàn; Inga; Pastos y Embera Chami.

Técnicos: Tablero acrílico, videobin; 12 marcadores borrables (color azul, rojo, negro y verde). 1 resma de hojas de block, 100 lapiceros, 100 refrigerios.

Número de involucrados / Número de involucrados asistentes

Mensual; se realiza por medio de las actas y planillas de asistencia, además de la **valoración de la solidez de las relaciones entre la Empresa Agua Vital y los representantes de las comunidades de la Zona Valle del Guamuez, durante el espacio de tiempo en el que se**

Social

<p>Institucionalidad-Externo: Local: Administración Municipal y/o dependencias como: Secretarías de Salud y Secretarías de Gobierno Municipal-Zona Valle del Guamuez (Planes de Desarrollo Municipal 2016-2019); Cabildos Indígenas Valle del Guamuez. Regional: Comisión Regional de Competitividad del Putumayo; Cámara de Comercio del Putumayo; Plan de Desarrollo Departamental 2016-2019; DANE. Nacional: Ministerio de Salud y La Protección Social, Ministerio del Interior-División de Asuntos Indígenas; Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible; INVIMA; ICONTEC y otros afines.</p>	<p>Generar un impacto positivo</p>	<p>positivos que esperan para su región; generando así confianza; mejorando la calidad en la atención a través de la humanización en el servicio y por consiguiente el aumento de los consumidores, la rentabilidad de la empresa, la calidad de la imagen corporativa y el desarrollo de la región.</p> <p>Trabajar de la mano con estas entidades públicas brindando un excelente servicio</p>	<p>Mensual</p>	<p>Humanos: directivos de la Empresa Agua Vital</p>	<p>Número de involucrados / Número de involucrados asistentes</p>	<p>estén llevando a cabo las actividades.</p> <p>Mensual</p>
<p>Medios de Comunicación-Externo: Medio Local: Prisma Noticias: canal de televisión y en Facebook; el cual tiene alianza con RCN, Caracol, y el medio escrito regional-EXTRA Diario del Sur. Medio Regional: Medios Escritos: EXTRA Diario del Sur y Mi Putumayo. Medio Nacional: Medios Escritos: El Tiempo y El Espectador.</p>	<p>Crear una buena imagen</p>	<p>Apoyar actividades que realicen estos medios</p>	<p>Mensual</p>	<p>Humanos: directivos de la Empresa Agua Vital</p>	<p>Número de involucrados / Número de involucrados asistentes</p>	<p>Mensual</p>

Ambiental	Comunidad-Medio Ambiente Zona del Valle del Guamuez-Externo	Implementar estrategias que permitan minimizar los impactos ambientales en la zona Valle del Guamuez, debido a la mala disposición de los empaques utilizados para envasar los productos de la empresa agua vital	Realizar 6 charlas educativas para la adecuada disposición de residuos como empaques de los productos Agua Vital. Al culminar el ciclo de las 6 charlas educativas, ubicar de manera estratégica en la Zona del Valle del Guamuez, 100 recipientes para disposición de basuras.	Se realizarán de forma mensual, los últimos días hábiles de cada mes, inicia el día 29-06-2018 y culmina el día 28-12-2018	Físicos: Salón de conferencias de la Empresa Agua Vital (Con su inmobiliario). Lugares estratégicos de la Zona del Valle del Guamuez. Humanos: 2 directivos de la Empresa Agua Vital y 1 profesional idóneo. Técnicos: Tablero acrílico, videobin; 8 marcadores borrables (color azul, rojo, negro y verde). 1 resma de hojas de block, 100 lapiceros, 100 refrigerios; 100 recipientes para disposición de basuras.	Número de involucrados / Número de involucrados asistentes	Mensual; se realiza por medio de las actas y planillas de asistencia, además de la valoración de la adecuada de la disposición de los residuos, especialmente de los empaques de los productos Agua Vital, en el que se estén llevando a cabo las actividades.
		Realizar Alianza con CORPOAMAZONIA para implementar estrategias para el cuidado del Medio Ambiente	Realizar 3 charlas educativas sobre los recursos naturales renovables y no renovables, e inculcar la importancia y necesidad de cuidarlos y respetarlos, y de realizar la adecuada disposición de las basuras	Se realizarán de forma trimestral, los últimos días hábiles de cada mes, inicia el día 29-06-2018 y culmina el día 28-12-2018	Físicos: Salón de conferencias de la Empresa Agua Vital (Con su inmobiliario). Lugares estratégicos de la Zona del Valle del Guamuez. Humanos: 2 directivos de la Empresa Agua Vital y 1 profesional idóneo. Técnicos: Tablero acrílico, videobin; 8 marcadores borrables (color azul, rojo, negro y verde). 1 resma de hojas de block, 100 lapiceros, 100 refrigerios; 100 recipientes para disposición de basuras.	Número de interesados / Número de interesados asistentes	Mensual; se realiza por medio de las actas y planillas de asistencia, además de la valoración de la adecuada de la disposición de los residuos, especialmente de los empaques de los productos Agua Vital, en el que se estén llevando a cabo las actividades.

(Fuente: Elaboración propia)

Tabla 7 Plan de Comunicaciones a los interesados

Plan de comunicaciones			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económica	Personal/Representante Legal-Directivos-Interno: La planta de personal cuenta con 2 directivos: propietario-representante legal: Reinel Fernando Puerres Vásquez y su hermana: Diana Omaira Puerres Vásquez y 12 empleados-5 pertenecen a la Planta de Producción y 7 pertenecen a la Fuerza de Ventas.	Diaria, si se requiere	Personal E-mail Teléfono y/o WhatsApp
	Colaboradores - Interno: Lenin Revelo, Esteban Monje, Humberto Daza, Leonid Álvarez y William Ortega (Distribuidores-pertenecen a la fuerza de ventas).	Diaria, si se requiere	Personal E-mail Teléfono y/o WhatsApp
	Clientes y/o consumidores-Externo	Quincenal	Redes sociales: Facebook E-mail Radio y/o televisión: Local y/o regional Teléfono
	Proveedores-Externo: Liliplast S.A.S; Flexiempaques del Huila; Distecplast, Plastisur Neiva; Multiempaques; Hidropura S.A.S.; Pronext Canastas Plásticas; Bopet; Antracitas de Cundinamarca y Químicos Orbe.	Quincenal	E-mail Teléfono y/o WhatsApp
	Competidores-Externo: A Nivel Local: Agua Fresur A Nivel Regional: Agua Pura del Putumayo A Nivel Nacional: Agua Cristal	Mensual	Redes sociales: Facebook Radio y/o televisión: Local y/o regional
Social	Comunidad Valle del Guamuez-Externo	Quincenal	Redes sociales: Facebook Radio y/o televisión: Local y/o regional E-mail
	Institucionalidad-Externo: Local: Administración Municipal y/o dependencias como: Secretarías de Salud y Secretarías de Gobierno Municipal-Zona Valle del Guamuez (Planes de Desarrollo Municipal 2016-2019); Cabildos Indígenas Valle del Guamuez. Regional: Comisión Regional de Competitividad del Putumayo; Cámara de Comercio del Putumayo; Plan de Desarrollo Departamental 2016-2019; DANE. Nacional: Ministerio de Salud y La Protección Social, Ministerio del Interior-División de Asuntos Indígenas; Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible; INVIMA; ICONTEC y otros afines.	Quincenal	E-mail
	Medios de Comunicación-Externo: Medio Local: Prisma Noticias: canal de televisión y en Facebook; el cual tiene alianza con RCN, Caracol, y el medio escrito regional-EXTRA Diario del Sur. Medio Regional: Medios Escritos: EXTRA Diario del Sur y Mi Putumayo. Medio Nacional: Medios Escritos: El Tiempo y El Espectador.	Mensual	E-mail
Ambiental	Comunidad-Medio Ambiente Zona del Valle del Guamuez-Externo	Mensual	E-mail Redes sociales: Facebook Radio y/o televisión: Local y/o regional

(Fuente: Elaboración propia)

4.3. Modelo de informe de gestión recomendado

Modelo De Informe De Gestión Recomendado

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC), es una nueva forma de gestionar de las empresas, donde se relacionan con sus grupos de interés, motivando el surgimiento de diferentes modelos de gestión. Estos modelos buscan estandarizar las acciones enfocadas en el ámbito de la RSE y además permitirán a las organizaciones, el obtener certificaciones por medio de otros, los cuales poseen pertinencia para acreditar su buen comportamiento en el mundo empresarial.

Una de las principales iniciativas que existen actualmente, es la propuesta del **GRI-Global Reporting Initiative**, la cual se ha constituido en la guía más utilizada y pertinente al elaborar los Informes de Responsabilidad Social Empresarial, ceñida con la intención de evidenciar el desempeño de las empresas de una manera más completa y precisa. Esta iniciativa está fundamentada sobre la mayoría de guías, metodologías y normas que a partir del año 1997 han ido apareciendo para convertirse en apoyo para las organizaciones para elaborar, analizar y evaluar sus informes de forma detallada, con relación a la RSE, a su desempeño económico, social y ambiental. Además de lo anterior, la importancia de la **Global Reporting Initiative** también radica en que cuenta con la participación de representantes de diferentes organizaciones como: organizaciones de Derechos Humanos, Derechos Laborales, de Investigación, Medioambientales, Corporativas y de Inversionistas, entre otros.

5. Conclusiones

Es importante analizar que cada uno de los integrantes del grupo de trabajo, investigamos y realizamos la actividad individual en base a las Empresas de nuestra región; comprobando así el liderazgo y emprendimiento de nuestros coterráneos.

Aplicamos conceptos básicos sobre la responsabilidad social empresarial, y visionamos los alcances y los beneficios que trae consigo a las empresas que la incorporan.

Se cumplió con los requerimientos de la guía de actividades, en cuanto a que cada uno propuso una empresa del entorno, la cual contaba con su direccionamiento estratégico; se evaluó su desempeño económico, social y ambiental teniendo en cuenta la tabla sugerida; se realizó la justificación sobre la necesidad de elaborar un plan de RSE; se seleccionó la empresa Agua Vital del Valle del Guamuez Putumayo

Se tuvo en cuenta el modelo gerencial planteado por el Dr. Peter Senge, pues fueron varios los modelos gerenciales que se analizaron, los cuales son de gran importancia en el desempeño de las diferentes organizaciones, pero el principal modelo que nos facilitó los elementos para realizar el código de conducta de la Empresa Agua Vital fue este; de la misma manera fueron analizadas varias guías e iniciativas mundiales aplicadas para la construcción del código de conducta, hacemos referencia de la siguiente: Normas ISO-ISO 26000. Además, se definieron los recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta empresarial.

Con la implementación del Código de Conducta la empresa Agua Vital se fortalecerán sus estándares morales fomentando una cultura de transparencia y legalidad, que propician un ambiente de trabajo saludable y productivo, ofreciendo a sus clientes productos y servicios de la mejor calidad que dan valor comercial a la empresa.

Para Agua Vital los criterios generales aquí suministrados hacen parte de la orientación a la acción del modelo gerencial y el código de conducta, los cuales fueron diseñados para dar cumplimiento en el entorno social, con la finalidad de que la empresa se torne más humana, dentro de la legalidad y la sostenibilidad.

El soporte fundamental de una empresa a parte de sus socios, dueños o propietarios, es todo ese grupo de personas y organizaciones público – privadas que se complementan con el desarrollo de las actividades empresariales; donde todas, desde su óptica y/o intervención, infieren para que se cumplan entre otros objetivos, con la generación de utilidades; promoviendo cambios sociales, culturales, medioambientales, en beneficio de la compañía y su entorno.

Para el cumplimiento de las metas propuestas por la empresa, debe haber sincronización de todos los actores, haciéndolos responsables en sus actuaciones, buscando el bien de todos los intervinientes.

6. Bibliografía

- Agua Vital Putumayo. Recuperado de: <https://www.facebook.com/Agua-vital-putumayo-619179011428090/>
- Arroyo, R. (2012). Habilidades gerenciales desarrollo y destrezas, competencias y actitud, capítulo 2, 3 y 10. Editorial ECOE. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10559782&pg=11>
- Bolsas de plástico y su impacto ambiental. Recuperado de: <http://www.cultivarsalud.com/medio-ambiente/el-impacto-ambiental-de-las-bolsas-de-plastico/>
- Braidot, N. (2014). Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones, capítulo 9. (pp.233-244). Editorial Ediciones Granica. Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3186030&tm=1510595750380>
- Cueto, C. & Cuesta, G. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. (pp. 33-38). Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4870250&tm=1510367839242>
- Código de conducta. Recuperado de: https://www.dhl.com.co/content/dam/downloads/co/logistics/code_of_conduct/codigo_conducta_es.pdf
- Código de conducta para proveedores. Recuperado de: http://www.postobon.com/sites/default/files/codigo_conducta_proveedores

Código de conducta para proveedores. Recuperado de:

http://www.telefonica.com.ec/proveedores/pdf/Manual_para_Elaborar_Codigos_de_Etica_Empresarial.pdf

Código de ética de negocios. Recuperado de: <https://www.coca>

[colafemsa.com/assets/files/es/inversionistas/Codigo%20de%20etica/Coca-Cola-FEMSA-Codigo-de-Etica-de-Negocios.pdf](https://www.coca-colafemsa.com/assets/files/es/inversionistas/Codigo%20de%20etica/Coca-Cola-FEMSA-Codigo-de-Etica-de-Negocios.pdf)

Código de ética esval y aguas del valle. Recuperado de: [https://portal.esval.cl/wp-](https://portal.esval.cl/wp-content/uploads/2015/còdigo-etica-final.pdf)

[content/uploads/2015/còdigo-etica-final.pdf](https://portal.esval.cl/wp-content/uploads/2015/còdigo-etica-final.pdf)

Código de ética. Recuperado de: [https://www.ebsa.com.co/data/plan-](https://www.ebsa.com.co/data/plan-anticorrupciòn/codigo_de_etica.pdf)

[anticorrupciòn/codigo_de_etica.pdf](https://www.ebsa.com.co/data/plan-anticorrupciòn/codigo_de_etica.pdf)

Carvalho, J. (2009). *Estados financieros: normas para su preparación y presentación* (2a.

Edición), capítulo 1. Bogotá, CO: Ecoe Ediciones. Recuperado de:

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=7&docID=3198072&tm=1510664424452>

Córdoba, M. (20014). *Análisis financiero, unidad 3*. Ecoe Ediciones.

Comunidades Indígenas Bajo Putumayo. Recuperado

de: https://www.mininterior.gov.co/sites/default/files/p.s_inga

Comunidades Indígenas Putumayo. Recuperado de:

<http://www.cofan.org/quienes/quienesesp.html>

Certificado SGE21, Responsabilidad Social Corporativa. Sistemas. Recuperado

de: <http://www.cavala.es/servicios/sistemas-de-gestion/responsabilidad-social/certificado-sge-21>

Dirección de Asuntos Económicos Multilaterales de DIRECON. Instrumentos de

Responsabilidad Social (Santiago de Chile, 2013). Recuperado

de <https://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2013/09/Instrumentos-de-Responsabilidad-Social-Empresarial-DIRECON.pdf>

Dávila, L. (2017). OVI – Código de Conducta. [Archivo de video]. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10596/14162>

Deutsche Post DHL. (noviembre de 2009). *codigo de conducta*. Recuperado el 5 de abril de 2018, de (definicion.de)http://www.dhl.com.co/content/dam/downloads/co/logistics/code_of_conduct/codigo_conducta_es.pdf

Definición de Colusión. Recuperado de <http://www.economista.es/diccionario-de-economia/colusion>

Definición de Pensamiento Sistémico. Recuperado de <https://www.significados.com/pensamiento-sistemico/>

Definición de Estándar. Recuperado de <http://www.wordreference.com/definicion/est%C3%A1ndar>

Definición de Conexo, xa. Recuperado de <http://www.wordreference.com/definicion/conexo>

Definición de Empatía. Recuperado de <https://www.aboutspanol.com/que-es-la-empatia-2396438>

Definición de Inclusión. Recuperado de <https://www.significados.com/inclusion/>

Definición de Licitante. Recuperado de <https://definiciona.com/licitante/>

Definición de perito. Recuperado de <https://definicion.de/perito/>

Definición de paradigma. Recuperado de

<http://conceptodefinition.de/paradigma/>

Definición de interoperabilidad. Recuperado de

<http://interoperability-definition.info/es/>

Definición de diseminar. Recuperado de

<http://toolkit.cridlac.org/modulo-2-gestion-de-informacion/unidad-4-diseminacion-de-la-informacion/diseminacion-de-la-informacion.html>

Definición de Invima. Recuperado de

<http://bloginvima.blogspot.com.co/>

Definición de tratativa. Recuperado de

<http://universojus.com/definicion/tratativa>

Definición de colusión. Recuperado de

<http://conceptodefinition.de/colusion/>

Explore los municipios del Putumayo. (2018). (e. e. Putumayo, Productor) Recuperado el 15 de mayo de 2018 <https://www.encuentraloenputumayo.com/>

Elene Monge M.Sc, B. Z. (MARZO de 2013). *APLICACIÓN DE MODELOS GERENCIALES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS*. Recuperado el 3 de ABRIL de 2018, de <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-AplicacionDeModelosGerencialesEnLosEstablecimiento-4424359.pdf>

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. [N.p.]: ECU. (pp. 17-36, 91-116 y 253. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>

Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. (Pp.36-47 y 229-235). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.10431066&lang=es&site=eds-live>

Federación nacional de cafeteros de Colombia Recuperado de

https://www.federaciondecafeteros.org/particulares/es/quienes_somos

Guía para Preparar un Plan de RSC. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/robertocarreras/gua-para-preparar-un-plan-de-responsabilidad-social-corporativa-presentation>

Imagen Recuperada de:

https://static.wixstatic.com/media/120c97_55982dc92d8f43dca9e81bf75de58808~mv2.jpg

Imagen. Recuperada de: <http://www.travellersbook.net/images/stories/Articulos/Colombia/coca-y-petroleo/mapa-del-territorio-cofan.jpg>

Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. Revista de Derecho, (41), (pp. 51-82). Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&tlng=es.

Información sobre el Departamento del Putumayo. Recuperado de:

https://www.putumayo.gov.co/images/PDD2016/PDD_Putumayo_territorio_paz_biodiverso_yambiental_Juntos_podemos_transformar_V30-04-2016.pdf

Información sobre el Valle del Guamuez. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Valle_del_Guamuez

Imagen Comunidad Valleguamunce. Recuperada de: <http://valledelguamuez-putumayo.gov.co>

Imagen Corpoamazonia. Recuperada de: <http://www.corpoamazonia.gov.co/>

Imagen INVIMA. Recuperada de: <https://www.invima.gov.co/index.php>

Imagen Químicos Orbe. Recuperada de: <https://www.facebook.com/quimicosorbeoficial/>

Imagen recuperada de: <http://coopeoccidente.com.co/wp-content/uploads/LOGOS-FONDO-CLARO-Y-OSCURO.jpg>

Putumayo-Fundación para la libertad de prensa-FLIP. Recuperado de:

<http://flip.org.co/cartografias-informacion/node/25>

Libro verde. Recuperado de: <https://eur->

[lex.europa.eu/legalcontent/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52001DC0366](https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52001DC0366)

Manual para elaborar códigos de ética empresarial. Recuperado de:

file:///E:/2018/DIPLOMADO%20DE%20PROFUNDIZACIÓN%20EN%20GERENCIA%20ES
TRATEGICA%20Y%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20EMPRESARIAL/FASE
%202/Manual_para_Elaborar_Codigos_de_Etica_Empresarial.pdf

Ministerio del Interior, República de Colombia. Código de Ética. Noviembre de 2011.

Recuperado de: https://www.mininterior.gov.co/sites/default/files/codigo_de_etica3993.pdf

Ministerio de Salud Resolución 12186. Recuperado de:

[https://www.invima.gov.co/resoluciones-en-alimentos/resolucion-12186-1991-
pdf/download.html](https://www.invima.gov.co/resoluciones-en-alimentos/resolucion-12186-1991-pdf/download.html)

Modelo gerencial para la innovación. Recuperado de:

[http://www.ing.unal.edu.co/eventos/gestec_innovacion/img/presentaciones/auditorio1/ponencias/
2_delahozricardo.pdf](http://www.ing.unal.edu.co/eventos/gestec_innovacion/img/presentaciones/auditorio1/ponencias/2_delahozricardo.pdf)

Modelos de gerencia estratégica. Recuperado de: [https://es.slideshare.net/luispa133/modelos-
gerenciales-41897006](https://es.slideshare.net/luispa133/modelos-gerenciales-41897006)

Mendoza, A. N. (1 de noviembre de 2003). *Las Organizaciones en Aprendizaje*. Recuperado el 4 de abril de 2018, de

[http://www.degerencia.com/articulo/las_organizaciones_en_aprendizaje_peter_senge_la_
quinta_disciplina](http://www.degerencia.com/articulo/las_organizaciones_en_aprendizaje_peter_senge_la_quinta_disciplina)

Montiel, M. C. (13 de 10 de 2000). *Teoría de Peter Senge y la organización educativa como sistema descentralizado*. Recuperado el 6 de abril de 2018, de

[file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/7034-7182-1-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/7034-7182-1-PB%20(2).pdf)

Normas ISO. Recuperado de: <https://www.iso.org/benefits-of-standards.html>

Norma ISO 26000-Guía para la responsabilidad social. Recuperado de:

https://www.iese.edu/es/files/catedralacaixa_vol11_final_tcm5-72287.pdf

Páramo, D. (2016). Una aproximación al marketing social. Pensamiento & Gestión. (pp. vii-xii).

Recuperado

de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=122029607&lang=es&site=eds-live>

Recursos digitales UNAD. Recuperado de:

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=5&docID=4870512&tm=1510665586233>

Schwalb, M., & García, I. (2013). *Dimensiones de la responsabilidad social del marketing.*

Utopia Y Praxis Latinoamericana, 18(63), (pp. 434-456). Recuperado

de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=108747713&lang=es&site=eds-live>

Video curso código de conducta y ética empresarial. Recuperado de:

<https://www.youtu.be/RBkYfjYMqNg>

Video código de ética empresarial. Recuperado de: <https://www.youtu.be/J6mei7u0Msc>

Video Modelo de gerencia estratégica. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=es8OfRQnDBE>

7. Anexos

Video de contextualización sobre RSE vs Marketing.

Ingresar por youtube:

Marketing Social y Corporativo Grupo_9. Recuperado de:
https://www.youtube.com/watch?time_continue=184&v=y0BJ2ETV1XU