

Plan de responsabilidad social empresarial, HORTIFRESCO VILLA LEOVI

Fase 6

Guillermo Geovanny Castañeda cód. 11522334

Yuri Andrea Acevedo cód. 1033715475

Ronald Antonio Munarth cód. 15878000

Yesid Orlando rojas cód. 1121863942

Diego Fernando Beltrán cód. 1073534021

Grupo 101008-2

La investigación ha sido financiada por los propios medios

La correspondencia relacionada con esta investigación debe ser dirigida a Faiber Benavides

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios ECACEN

2018

Plan de responsabilidad social empresarial, HORTIFRESCO VILLA LEOVI

Fase 6

Guillermo Geovanny Castañeda cód. 11522334

Yuri Andrea Acevedo cód. 1033715475

Ronald Antonio Munarth cód. 15878000

Yesid Orlando rojas cód. 1121863942

Diego Fernando Beltrán cód. 1073534021

Grupo 101008-2

Tutor:

Faiber Alexis Benavides

La investigación ha sido financiada por los propios medios

La correspondencia relacionada con esta investigación debe ser dirigida a Faiber Benavides

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios ECACEN

2018

Tabla de contenido

Contenido	
Lista de Tablas	6
Lista de Graficas	7
Lista De Ilustraciones	8
Resumen.....	9
Asbtract	10
Palabras Claves	11
Introducción.....	12
Justificación	13
1. Objetivos	14
1.1. Objetivo general	14
1.2. Objetivos específicos	14
2. Propuesta Plan de responsabilidad social empresarial.....	15
3. Direccionamiento Estratégico.....	16
3.1. Misión	16
3.2. Visión	16
3.3. Principios	16
3.4. Desempeño	19
3.5. Producción Limpia	20
5. Justificación Del Plan De RSE.....	23
6. Responsabilidad Social Y Ambiental	24
7. Donde Encontrarnos	25
8. Código De Conducta.....	26
8.1. Guía para la elaboración e implementación del código de ética	29
8.2. Guía para la elaboración e implementación del código de ética	30

9.	Código De Conducta Y Ética Hortifresco Villa Leovi	33
	Artículo 1: de la convivencia la buena conducta interna y externa.....	33
	Artículo 2: de la ética y buena conducta ambiental	37
	Artículo 3: De Las Políticas De Calidad Nuestra Forma De Hacer Las Cosas	40
	Con nuestros clientes.	40
	Con la Comunidad.....	40
	Con nuestros Colaboradores.....	41
	Con el Medio Ambiente:	41
	En relación con los competidores de la Empresa.....	41
	De la inclusión social.....	42
	Artículo 4: de la seguridad y salud en el trabajo	42
	Artículo 5: de la transparencia y política de anticorrupción	45
	De los directivos y jefes de área.....	45
	De los empleados.....	46
	De los Proveedores.....	47
	Artículo 6: de la solución de conflictos y régimen sancionatorio	48
	Asistencia técnica	49
	Declaración de aceptación.....	50
	Presupuesto para la elaboración e implementación código de ética y conducta	50
10.	Del Marketing Social Y Corporativo.....	53
10.1.	Marketing corporativo para HORTIFRESCO	55
11.	Los Stakeholders	56
12.	Plan De Responsabilidad Social Empresarial Hortifresco Villa Leovi S.A.S	61
13.	Plan De Comunicaciones Hortifresco Villa Leovi S.A.S.....	66
14.	Recomendación Modelo De Informe De Gestión	68
	Global Reporting Initiative (GRI)	68

Conclusiones.....	69
Bibliografía.....	70
Anexos	72

Lista de Tablas

Tabla 1 Formato De Evaluación Impacto Hortifresco Villa Leovi	21
Tabla 2 Presupuesto.....	50
Tabla 3 Justificación presupuesto.....	51
Tabla 4. Matriz De Rsc Vs Intereses	59
Tabla 5.Plan De Responsabilidad Social Empresarial Empresa Hortifresco.....	62
Tabla 6.Plan De Comunicaciones Hortifresco Villa Leovi S.A.S.....	66

Lista de Graficas

Grafica 1 Pasos para la construcción del código de ética Hortifresco Villa Leovi S.A.S	31
Grafica 2 Código de Conducta.....	32
Grafica 3.mapa genérico de Stakeholders para Hortifresco	58

Lista De Ilustraciones

Ilustración 1 Logo Empresa.....15
Ilustración 2 Clientes empresa25

Resumen

Este trabajo fue elaborado con la información recopilada desde el inicio del Diplomado de Profundización En Gerencia Estrategia y Responsabilidad Social Empresarial, basado en la empresa Hortifresco Villa Leovi S. A.S, que fue la empresa seleccionada por el grupo para ser desarrollada todas las fases propuestas por la Universidad.

En la primera fase se realizó el análisis pertinente de la empresa para determinar y Evaluar el desempeño económico, social y ambiental de la organización (interno y/o externo) y se realizó el plan de Responsabilidad Social Empresarial.

En la segunda fase se elaboró el Código de Conducta y se eligió el modelo gerencial que más se adecuara a la empresa, en este caso fue seleccionado el modelo de Ética Kantiana.

Para la tercera fase cada integrante del trabajo colaborativo debía dar su propio concepto de RSE, donde era importante que la idea fuera personal.

Para la cuarta fase se trabajó los factores de los Stakeholders, también se elaboró el mapa genérico de los Stakeholders.

Para la fase cinco se realizó el modelo de gestión para la empresa donde se seleccionó el Global Reporting Initiative (GRI), completando así todas las fases para luego realizar la consolidación total de toda la información recopilada

Asbtract

This work was elaborated with the information collected from the beginning of the Registered In-depth Management Strategy and Corporate Social Responsibility, based on the company Hortifresco Villa Leovi SAS, which was the company selected by the group to develop all the phases proposed by the University .

In the first phase, the relevant analysis of the company was carried out to determine and evaluate the economic, social and environmental performance of the organization (internal and / or external) and the Corporate Social Responsibility plan was carried out too.

In the second phase, the Code of Conduct was elaborated and the best managerial model for the company was chosen, so that the Kantian Ethics model was the most suited to it.

For the third phase each member of the collaborative work had to give their own concept about CSR, where was important that the idea could be personal.

For the fourth phase we worked on the factors of the Stakeholders, the generic map of the Stakeholrders also was elaborated.

For phase five one, the management model for the company was made, where the Global Reporting Initiative (GRI) was selected, completing all the phases, then; making the total consolidation of all the information collected

Keywords

Strategic management

Social responsibility

Sustainability

Stakeholter

Environmental Plan

Impact

Code of ethics

Palabras Claves

Gerencia Estratégica

Responsabilidad social

Sostenibilidad

Stakeholter

Plan Ambiental

Impacto

Código de ética

Introducción

Cuando se habla de que las empresas deben ser socialmente responsables se piensa inmediatamente en la generación de un alto costo. Sin embargo, a través de una adecuada gestión estratégica se pueden alcanzar una serie de beneficios y de aceptación de parte de sus Stakeholders, que dan por entendido la importancia de una inversión que arroja resultados positivos a largo plazo. Esta gestión estratégica de la responsabilidad facilita la creación de ventajas competitivas, que traen consigo una serie de beneficios; entre ellos se pueden mencionar el hecho de disminuir costos al evitar conflictos con la sociedad en general y mejora la productividad, debido a que los trabajadores se identifican plenamente con estas actividades logrando mayor sentido de pertenencia y compromiso con la empresa. Además, favorece el entorno interno de la compañía al valorar el rol de cada miembro. Lo mismo ocurre con el entorno externo de la empresa al tener en cuenta el impacto social de las acciones que ejecute

Justificación

A través de la presente actividad se abordó el término de Responsabilidad Social como una estrategia que permite estructurar en la empresa un modelo estratégico social que sea vínculo para la construcción de una política empresarial social en la búsqueda del crecimiento rentable. De esta forma, se generan unas estrategias que satisfacen las necesidades competitivas del mundo moderno, que exige a las empresas no limitarse solamente al incremento de su negocio sino a velar por que este crecimiento esté ligado al impacto positivo que genere su negocio en lo laboral con la sociedad y protección ambiental.

El éxito para el desarrollo de un Modelo estratégico Social depende del interés de la misma organización para poner en marcha su Modelo de Responsabilidad Social. De esta forma, el proceso no debe ser desarrollado ni aplicado por una sola dependencia, sino que debe involucrar a todos los actores internos y externos interesados y con intereses en la organización y debe surgir dentro de la estrategia gerencial de la empresa para conocer los intereses y necesidades y generar ventajas competitivas de la mano con la responsabilidad social empresarial.

1. Objetivos

1.1. Objetivo general

Elaborar un plan estratégico de responsabilidad social empresarial para HORTIFRESCO VILLA LEOVI S.A.S., a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales generados por los Stakeholders, que incluya diferentes estrategias de solución o mitigación de estos, que al ser adoptado aportará valor a la organización.

1.2. Objetivos específicos

- ✓ Evaluar el desempeño económico, social y ambiental de HORTIFRESCO VILLA LEOVI S.A.S
- ✓ Diseñar estrategias con el fin de ser implementado HORTIFRESCO VILLA LEOVI S.A.S
- ✓ Definir los recursos de inversión y comunicación, del plan estratégico para cada uno de los actores y su método de evaluación de seguimiento y control.
- ✓ Aplicar las herramientas y conceptos básicos sobre responsabilidad social empresarial proponiendo estrategias y metodologías que permitan la incorporación de esta en la toma de decisiones con alcance social, laboral y ambiental necesarios para la construcción futura de la sostenibilidad económica de HORTIFRESCO VILLA LEOVI S.A.S

2. Propuesta Plan de responsabilidad social empresarial



Ilustración 1 Logo Empresa

Fuente: Tomado de: <http://hortifresco.com.co/wp-content/uploads/2015/05/logo-hortifresco.png>

HORTIFRESCO VILLA LEOVI S.A.S

Hortifresco es una empresa familiar que incursiono en el área de hortalizas desde el año 1999. Ubicada en la Sabana de Bogotá, más exactamente en Zipaquirá, en una finca que lleva en la familia más de 5 generaciones. Es una empresa agroindustrial con actividad primaria, que se dedica a la producción, distribución y comercialización de hortalizas y vegetales. Desde sus inicios ha contado con productos agrícolas de la más alta calidad y el mejor talento humano capaz de seguir creciendo y mejorando día tras día, donde más que una empresa es una familia. Hoy en día llegamos a casi todos los rincones de Colombia, siempre tratando de crecer e ir abarcando más mercado nacional.

3. Direccionamiento Estratégico

3.1.Misión

Proporcionar hortalizas y frutas de las más altas características de calidad para un consumo saludable y fresco tanto en producción convencional como producción orgánica, siempre de la mano de un gran equipo humano y bajo los pilares de las Buenas Prácticas Agrícolas. Generando calidad de vida para nuestros trabajadores y consumidores y un valor agregado a todas las partes interesadas.

3.2.Visión

Seguir manteniéndonos como empresa líder en el mercado colombiano de frutas y verduras. Para el 2030 ser reconocida a nivel internacional por nuestra producción, comercialización y distribución de hortalizas con la más alta calidad, llegando por lo menos a 5 países además de Colombia. Todo esto, siempre basándonos en tres pilares; la inocuidad del alimento, responsabilidad social y protección del medio ambiente.

3.3.Principios

- Integridad

En Hortifresco debemos ser francos y honrados en nuestros procesos y conocimientos, con todos aquellos que se relacionan con nosotros, siendo proveedor, cliente, consumidor o cualquier otro vínculo que tenga la persona o empresa con Hortifresco.

- Calidad

En Hortifresco nos comprometemos en brindar un producto de la más alta calidad, unificando la especialización y el alcance de nuestros recursos, experiencia y conocimientos para ayudar a los clientes a hacer frente a sus necesidades y problemas. Nos esforzamos por desarrollar resultados que generan un impacto relevante para nuestros clientes.

- **Comportamiento entendido**

En Hortifresco cumplimos las leyes, reglamentos y normas con nuestros colaboradores, y evitando toda acción que pueda desacreditarnos a nosotros o a nuestra profesión. Comprendemos el amplio impacto que nuestro trabajo tiene en la sociedad, en nuestra gente y en nuestros clientes, y tenemos en cuenta el interés de todos ellos a la hora de hacer negocios. Nos esforzamos por hacer no sólo lo que es legal, sino también lo que es correcto.

- **Imparcialidad**

Ser objetivos conforme a cada opinión profesional o asesoramiento que hagamos. No toleramos prejuicios, conflictos de intereses o influencias inadecuadas de otros, para eludir nuestras responsabilidades.

No ofrecemos, ni aceptamos o solicitamos regalos ni otro tipo de favores, con el fin de influenciar nuestras decisiones empresariales o para perjudicar nuestra objetividad. Admitimos las diferencias de opinión y de criterio y las valoramos constructiva y profesionalmente.

- **Competencia**

Realizamos el debido análisis conforme cada cliente para asignar, en función de sus necesidades, el personal idóneo para desarrollar el trabajo designado.

Fomentamos la innovación y las nuevas ideas para mejorar el valor y el desempeño de nuestros servicios.

Entendemos que tanto el público como nuestros clientes esperan que nuestro trabajo esté a la altura de los más altos estándares de calidad.

Respetamos a nuestros competidores y estamos comprometidos con prácticas empresariales justas.

Somos conscientes de nuestra posición y de la responsabilidad que conlleva como modelo a seguir.

Tomamos decisiones basadas en nuestros Valores, y esperamos lo mismo de nuestros competidores.

- **Confidencialidad y protección de datos**

En Hortifresco se toman medidas para salvaguardar la información confidencial y personal en nuestro poder, recogiendo y procesando los datos de conformidad con las leyes aplicables, las obligaciones y nuestras propias políticas y prácticas de gestión de datos.

Queda prohibida la revelación de toda información confidencial y personal que se nos haya confiado, a menos que exista autorización para ello o que lo exija o permita la ley, el derecho o el deber profesional.

Se prohíbe el uso de toda información confidencial sobre nuestros clientes en beneficio personal o de terceros.

- **Respeto, diversidad y trato imparcial.**

Fomentamos una cultura y un entorno de trabajo en el que nuestros colaboradores se tratan con respeto, cortesía y equidad, fomentando la igualdad de oportunidades para todos.

Promovemos y valoramos que exista una diversidad de gente, puntos de vista, talentos y experiencias.

Creamos entornos de trabajo integradores, que no solo abordan las necesidades individuales, sino que además permiten a nuestra gente aprovechar sus fortalezas únicas.

No toleramos ningún tipo de acoso o discriminación en nuestros entornos laborales.

Entendemos que nuestro comportamiento individual tiene influencia en nuestra compañía, en nuestros compañeros de profesión y en la sociedad, y nos esforzamos por actuar siempre de modo responsable.

- **Desarrollo profesional**

Invertimos en nuestros colaboradores para que desarrollen los conocimientos y competencias necesarios para desempeñar eficazmente su función.

Ayudamos a nuestros colaboradores a alcanzar su potencial invirtiendo en programas de desarrollo y apoyo. Ofrecemos un entorno de trabajo seguro para nuestra gente.

- **Anticorrupción**

No toleramos en ningún caso la corrupción, ni la aceptación o el ofrecimiento de sobornos, ni por nuestra parte ni por parte de terceros en nuestro nombre.

Apoyamos todos los esfuerzos por erradicar la corrupción y los delitos financieros.

- **Cadena de suministros responsable**

No toleramos ningún tipo de comportamiento ilícito o inmoral por parte de nuestros proveedores y contratistas.

Elegimos a los proveedores mediante procesos justos.

- **Responsabilidad Social.**

Contribuimos a la sociedad y a nuestras comunidades interactuando con organizaciones sin ánimo de lucro, como las jornadas bimestrales de donación de sangre por parte del Hospital la Samaritana.

Apoyamos comunidades como por ejemplo, donando productos a hogares geriátricos.

Apoyamos las iniciativas destinadas a impulsar un desarrollo sostenible, fomentando y respetando los derechos humanos.

Reconocemos que nuestras operaciones empresariales y la prestación de nuestros servicios pueden, en ocasiones, afectar al medio ambiente, por lo que trabajamos para reducir los efectos nocivos que pudieran tener.

Nos tomamos con seriedad nuestro rol en la sociedad, procurando su bienestar

3.4.Desempeño

Hortifresco en la actualidad está certificado en las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) por medio del ICA en la producción convencional y en la producción Orgánica por CERES. Esto con el fin de poder llevar un producto de la más alta calidad, ser una empresa transparente con sus procesos y cumplirle a nuestros clientes y consumidores finales.

3.5.Producción Limpia

Sistema de producción que trabaja bajo los requerimientos de las buenas prácticas agrícolas, protegiendo el medio ambiente, siendo socialmente responsables y produciendo alimentos inocuos, para así proveedor un producto de la más alta calidad, sano y fresco.

4. Formato De Evaluación Impacto Hortifresco Villa Leovi

Tabla 1 Formato De Evaluación Impacto Hortifresco Villa Leovi

FORMATO DE EVALUACIÓN IMPACTO EMPRESA HORTIFRESCO VILLA LEOVI S.A.S

Problema	Impacto	Prioridad atención (alta, media, baja)	
Económico	<p>Interno: Cada año se debe hacer el incremento de los precios, estos deben de ser ajustados de acuerdo al incremento de algunos insumos otros factores importantes externos.</p> <p>Externo: Cada cliente debe de tener una lista de precios diferente con contratos específicos, los cuales en ocasiones se resisten aceptar los precios que la empresa les envía pues la competencia les ofrece las mismas variedades a menor costo</p>	<p>El impacto que se ve es directamente en la producción pues muchos clientes prefieren bajar los pedidos y comprarle a la competencia sin tener en cuenta la calidad que les ofrecen.</p>	La prioridad es alta.
Social:	<p>Interno: La empresa ha identificado que varios jóvenes tienen problemas con el alcohol, el tabaquismo y algunos de ellos no ven la importancia de estudiar.</p>	<p>El impacto al manejarlo internamente puede empezar a</p>	Importancia alta.

Externo: Externamente esto afecta ya que si no se cuenta con dar solución e integración con un programa que atienda estas necesidades los jóvenes en sus la parte externa de la empresa tiempos libres no lo van aprovechar de la mejor manera posible.

Interno: En la actualidad en manejo que se le da a los residuos es muy importante, no solo es adecuar canecas para separar los residuos también hay que implementarlo.

Externo: El manejo que se le dan a los residuos es de vital importancia.

Ambiental:

El manejo que se le da a este tema es alto pues la empresa cuenta con personal para mejorar este tema.

La importancia es media ya que en el momento ya hay personas que se encargan de manejar este entorno.

Fuentes: Elaboración Propia

5. Justificación Del Plan De RSE

En el planeta se evidencia contaminación ambiental donde se debe ser consciente del daño que se está causando y contribuir a la solución de este, también se hallan cada día más problemas en el ámbito económico y por último, es evidente las grandes dificultades en el factor social. En el mundo actual empresarial, donde las organizaciones no solo deben preocuparse por generar grandes utilidades y acrecentar sus arcas económicas, si no también contribuir en los diferentes ámbitos como lo son el económico, social y ambiental de la región, se hace indispensable que Hortifresco efectúe un plan de responsabilidad social empresarial, lo cual genera incontables beneficios, propios y para la sociedad en general

La necesidad de elaborar un plan de responsabilidad social empresarial para la empresa propuesta, haciendo énfasis en el área donde esté más crítica y considerando a la dinámica empresarial y/o global de la misma con el fin de visionarla como una organización socialmente responsable, creciente y competitiva en el tiempo.

La empresa Hortifresco no solamente ofrece una estabilidad laboral, también busca beneficios para todos los colaboradores, basados en información dada por parte de recursos humanos se ha venido identificando que la empresa no cuenta con un programa para jóvenes, el cual los incentive a ser mejores personas no solo lamente laboral si no lo más importante personalmente, el ofrecerles un programa que les oriente y les ayude a identificar sus fortalezas y a mejorar sus debilidades hace que ellos sean socialmente más activos, que haya integración sana. En los últimos años se ha identificado que muchos jóvenes buscan un empleo no solo por cubrir sus necesidades básicas sino también por tener algo de dinero para poder satisfacer necesidades banas como lo son la compra de licores, tabaco y en ocasiones llegan a la drogadicción, muchos de ellos no alcanzaron a terminar sus estudios por haber tomado malas decisiones.

Es por eso que veo la importancia de realizar una propuesta para la empresa que busque como ayudar a los jóvenes que trabajan actualmente en la empresa.

6. Responsabilidad Social Y Ambiental

Nuestro compromiso esta con todos ustedes, empezando con nuestros empleados, proveedores, clientes, hasta llegar a nuestros consumidores.

- Generamos más de 300 empleos bajo todos los parámetros legales para la comunidad, ayudando así a cientos de familias que se benefician de nuestra labor.
- Producimos vegetales totalmente inocuos para que el consumidor pueda estar completamente tranquilo al momento de comprar y consumir nuestros productos.
- Trabajamos día a día de la mano del medio ambiente, reduciendo el impacto ambiental que nuestros procesos puedan generar.

Todo esto se ve reflejado en las certificaciones y los puntajes obtenidos en las diferentes auditorias que nos realizan tanto los diferentes entes certificadores como nuestros clientes. Porque en Hortifresco no solo lo decimos, lo hacemos.

8. Código De Conducta

Un código de conducta es un instrumento de gestión de organizaciones que establece reglas específicas para perfilar las prácticas y comportamientos específicos que deben ser alentados o prohibidos en una organización o individuo en base a su declaración de valores, principios y creencias.

La Responsabilidad Social Empresarial, con base en la idea que una empresa al hacer uso de los recursos de una población se hace responsable de minimizar los impactos negativos que pueda causar al ambiente y sus habitantes, a su vez que brinda soluciones en áreas que beneficien a la sociedad. Por lo tanto, las empresas creen riqueza o no, deben ir más allá de la generación de trabajo y rentabilidad para los dueños del recurso financiero, deben velar por el bienestar de la comunidad donde se encuentran, En la década de los 90's, la RSE se fundamentó de manera objetiva en la iniciativa del "Pacto Global" entre las Naciones Unidas y el mundo del libre mercado, que propuso el Secretario General de Naciones Unidas para la época, el señor Kofi Annan, en el foro económico mundial, celebrado en Davos, Suiza, el 31 de enero de 1999 (Universidad Santiago de Cali, 2009). La base del Pacto Global es promover el diálogo social para la constitución de una ciudadanía corporativa global, que permita el balance y la interacción entre los intereses de las empresas, con las demandas y valores de la sociedad civil, basados en los 10 principios del pacto mundial que enlazan todas las actividades de las empresas y que están relacionadas con los valores fundamentales en materia de:

- ✓ Derechos Humanos
- ✓ Normas Laborales
- ✓ Medio Ambiente
- ✓ Lucha contra la corrupción

En la práctica la finalidad es posibilitar a todos los pueblos acceder a los beneficios de la globalización de la economía e inyectar en el libre mercado, valores sociales que permitan resolver las necesidades socioeconómicas de las personas. En tal sentido, éste se constituye en un instrumento de libre adhesión para empresas, sindicatos y organizaciones, que aplican los diez principios que lo integran en sus estrategias y operaciones.

Los diez principios universales del Pacto Global se derivaron, básicamente, de:

- ✓ La Declaración Universal de Derechos Humanos.
- ✓ La Declaración de Principios de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los derechos fundamentales en el trabajo.
- ✓ La Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.

Los Diez Principios del Pacto Mundial (Naciones Unidas, 2014).

Los Diez Principios del Pacto Mundial están basados en Declaraciones y Convenciones Universales aplicadas en cuatro áreas: Derechos Humanos, Estándares Laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción.

Derechos Humanos:

Principio 1: las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

Estándares Laborales:

Principio 3: las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción

Principio 5: las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Medio Ambiente:

Principio 7: las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Anticorrupción:

Principio 10: las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

El Pacto Global se fundamenta en la búsqueda del manejo y solución de los problemas mundiales identificados en la Cumbre Mundial del Pacto de Naciones Unidas en Ginebra, Suiza, dichos problemas, entre otros, son:

La pobreza y el analfabetismo

La crisis poblacional

El conflicto global

Los problemas del medio ambiente.

Los principales beneficios de los códigos de conducta son:

- ✓ Evita ambigüedades propias de la ética.
- ✓ Genera confianza y credibilidad sobre relaciones con proveedores, clientes, empleados, accionistas y otros grupos.
- ✓ Genera autorregulación donde no hay regulación.
- ✓ Atrae a buenos clientes, proveedores, empleados, distribuidores, etc.
- ✓ Mejora la reputación empresarial.
- ✓ Satisfacción del personal

Con las demandas y valores de la sociedad civil, basados en los 10 principios del pacto mundial que enlazan todas las actividades de las empresas y que están relacionadas con los valores fundamentales en materia de:

- ✓ Derechos Humanos
- ✓ Normas Laborales
- ✓ Medio Ambiente
- ✓ Lucha contra la corrupción

Para el diseño del código Ética para la Empresa HORTIFRESCO VILLA LEOVI S.A.S, hemos seleccionado y elegido el modelo de Ética Kantiana

La ética kantiana es una teoría ética de ontológica formulada por el filósofo Immanuel Kant. Desarrollada como producto del racionalismo ilustrado, está basada en la postura que la única cosa intrínsecamente buena es una buena voluntad; por lo tanto, una acción solo puede ser buena si su máxima el principio subyacente obedece a la ley moral. Central a la construcción kantiana de la ley moral es el imperativo categórico, que actúa sobre todas las personas, sin importar sus intereses o deseos. Kant lo formuló de varias maneras. Su principio de universalidad requiere que, para que una acción sea permisible, debe ser posible aplicarla a todas las personas sin resultar contradictoria.

8.1. Guía para la elaboración e implementación del código de ética

Para la elaboración e implementación del código de ética se deben de tener en cuenta las siguientes fases:

- ✓ Propósitos de elaborar un Código de Ética en la Empresa
- ✓ Alcance
- ✓ Fases para la elaboración e implementación de un Código de Ética y conducta
- ✓ Fase I Redacción y Aprobación del Código
- ✓ Fase II Implementación
- ✓ Fase III Seguimiento y evaluación del cumplimiento Código Ética

- ✓ Actualización periódica del Código de Ética
- ✓ Legislación
- ✓ Presupuesto
- ✓ Cronograma
- ✓ Responsabilidad Social y el Código de Ética

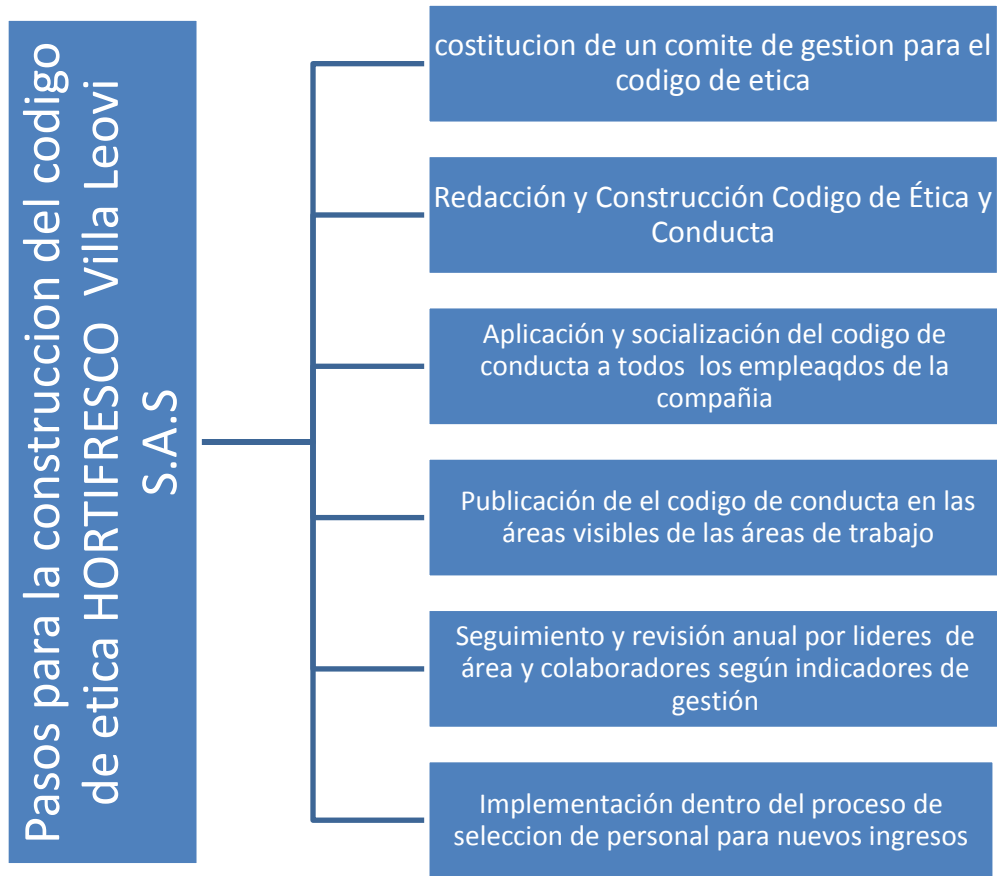
Para HORTIFRESCO este será su modelo para la elaboración e implementación del código de conducta y ética

8.2. Guía para la elaboración e implementación del código de ética

Para la elaboración e implementación del código de ética se deben de tener en cuenta las siguientes fases:

- ✓ Propósitos de elaborar un Código de Ética en la Empresa
- ✓ Alcance
- ✓ Fases para la elaboración e implementación de un Código de Ética y conducta
- ✓ Fase I Redacción y Aprobación del Código
- ✓ Fase II Implementación
- ✓ Fase III Seguimiento y evaluación del cumplimiento Código Ética
- ✓ Actualización periódica del Código de Ética
- ✓ Legislación
- ✓ Presupuesto
- ✓ Cronograma
- ✓ Responsabilidad Social y el Código de Ética

Para HORTIFRESCO este será su modelo para la elaboración e implementación del código de conducta y ética



Grafica 1 Pasos para la construcción del código de ética Hortifresco Villa Leovi S.A.S

Fuente: Elaboración Propia



Grafica 2 Código de Conducta

Fuente: Elaboración Propia

9. Código De Conducta Y Ética Hortifresco Villa Leovi

Artículo 1: de la convivencia la buena conducta interna y externa

Convivencia: en un buen ambiente laboral es fundamental para la salud psíquica de cada empleado, cuestión que también influye directamente en su productividad. Y uno de los puntos para construir un buen ambiente en cualquier tipo de trabajo es respetar las normas de convivencia, los Valores se entienden aquellas formas de ser y de actuar de las personas que son altamente deseables como atributos o cualidades nuestras y de los demás, por cuanto posibilitan la construcción de una convivencia gratificante en el marco de la dignidad humana. A manera de ejemplo: Respeto, libertad, justicia, equidad, tolerancia, responsabilidad, entre otros. Estos valores serán los que determine cada Institución como prioritarios o que se alinean con las políticas y compromisos del Código de ética y conducta.

En este ítem la Institución determinará y expresará los principios con los cuales se identifica o que quiere tener en cuenta al realizar su actuar. Las normas internas y creencias básicas sobre las formas correctas como debemos relacionarnos con los otros y con el mundo, desde las cuales se erige el sistema de valores al cual la persona o los grupos se adscriben.

Dichas creencias se presentan como postulados que el individuo y/o el colectivo asumen como las normas rectoras que orientan sus actuaciones y que no son susceptibles de trasgresión o negociación, se fijan parámetros importantes para la Institución en cuanto al direccionamiento de sus políticas.

- ✓ Nos comprometemos a conocer y actuar siempre con apego a los Valores Corporativos, al Código de ética con buena conducta y a los Reglamentos Internos de la Compañía.
- ✓ Nos comprometemos a actuar con honestidad y respeto en nuestras relaciones con clientes, compañeros, superiores, proveedores, organismos Gubernamentales, la comunidad y el medio ambiente.
- ✓ Nos comprometemos a aplicar el sentido común, el buen juicio y la integridad en todas las cuestiones empresariales, contribuyendo a garantizar que las decisiones sean coherentes con las normas y principios de la empresa.

- ✓ Nos comprometemos a informar cualquier acción que parezca constituir una infracción del presente código.
- ✓ Nos comprometemos a proteger la reputación y el buen nombre de HORTIFRESCOS.
- ✓ Nos comprometemos a reconocer y cumplir con los requisitos y expectativas aplicadas a nuestros puestos.
- ✓ Nos comprometemos a asumir la responsabilidad de nuestra propia conducta.
- ✓ Nos comprometemos a guardar confidencialidad sobre cualquier información que haya sido obtenida en el ejercicio profesional y que amerite esta condición.
- ✓ Respeto a las Personas, Mantener una actitud abierta y justa, manifestándose a través de la escucha, la cordialidad, la prudencia, la tolerancia y el dialogo, Espíritu de colaboración y buena conducta en todo sentido, obrar con disciplina, moral, honradez, disposición de servicio y voluntad Relaciones de trabajo, trabajar juntos, entregar lo mejor de cada uno y construir relaciones sanas, duraderas y productivas
- ✓ Respeto y trato digno por parte de sus superiores y compañeros, Ser escuchado, Realizar observaciones, reclamos y solicitudes cuando haya lugar por el debido conducto, de manera fundada, cometida, Demás derechos estipulados en el reglamento interno de trabajo
- ✓ Recibir las instrucciones y correcciones realizadas con la intención de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la organización en general.
- ✓ **Política de acoso laboral** la empresa prohíbe la discriminación y reconoce que el acoso, ya sea por motivos de raza, color, sexo, religión, país de origen, nacionalidad actual, edad, incapacidad física o mental, o condición de veterano es también una forma de discriminación y por lo tanto es ilegal. El propósito de la compañía es proporcionar un ambiente de trabajo que fomente el respeto mutuo entre los empleados, y las relaciones de trabajo libres de hostigamiento. La compañía específicamente prohíbe cualquier forma de acoso hacia o de sus empleados, contratistas, proveedores o clientes, ya sea en el centro de trabajo, o en cualquier función patrocinada por el negocio. Las formas de acoso incluyen, pero no se limitan a, sugerencias verbales o físicas indeseables, y materiales, comentarios, o declaraciones sexuales o raciales que puedan ser ofensivas, o discriminatorias. Todos los empleados, incluyendo Vicepresidentes, gerentes y jefes,

estarán sujetos a acción disciplinaria por cualquier acto de acoso, aun llegando hasta despido.

Evitar conductas de acoso laboral Acoso laboral, (ley 1010 DE 2006):

Modalidades de acoso (Maltrato laboral, Persecución laboral, Discriminación laboral, Entorpecimiento laboral, Inequidad laboral, Desprotección laboral)

- ✓ Creación de un comité de convivencia, para la mediación y solución de los conflictos internos antes de llegar al sancionar según el código disciplinario.
- ✓ La dignidad y el respeto por las personas, son valores esenciales por lo que no admitimos presiones, amenazas o acosos de ningún tipo.
- ✓ No realizamos tareas personales en el horario de trabajo, que entren en conflicto con la atención y tiempo dedicados a la empresa.
- ✓ No nos dejamos influenciar por relaciones personales con clientes, proveedores, socios en la toma de decisiones.
- ✓ No asesoramos ni hacemos negocios con ninguna empresa que sea competencia con alguna de las empresas del grupo.
- ✓ No mantenemos relaciones comerciales privadas con clientes, proveedores de la empresa en las cuales se pueda obtener privilegios personales, en razón del cargo o función
- ✓ Desarrollamos las tareas según los objetivos de la empresa, sin usar el cargo, función, actividad, bienes o influencia para obtener beneficios personales o para otros.
- ✓ Estamos comprometidos en proyectar una buena imagen laboral en las diferentes actividades que participamos sean internas o externas.
- ✓ Respetamos las Normas de Vestimenta y equipo de trabajo para asistir a nuestras labores establecidas para estos fines.
- ✓ Respeto a la intimidad o privacidad de los compañeros y jefes como de los clientes externos.
- ✓ Todas las relaciones entre Directores, Gerentes y Empleados de cualquier nivel, Unidades de la empresa y ubicación deben estar marcadas por el respeto mutuo, la sinceridad, la honestidad y el espíritu de confianza y cooperación.
- ✓ Entendemos la diversidad de nuestros empleados como una guía a seguir en nuestra política de empleo. Esto significa promover la diversidad y la heterogeneidad de los

individuos en la compañía para obtener de ellos su máxima productividad, creatividad y eficiencia. Las habilidades, el rendimiento y su conducta ética deben ser nuestros indicadores para calificar a un empleado. No discriminaremos ni permitiremos la discriminación debido al género, raza, religión, edad, discapacidad, orientación sexual, origen o cualquier otra característica protegida por la ley. Cada empleado debe contribuir a crear una atmósfera de respeto mutuo en el trabajo que excluya cualquier tipo de acoso incluido el laboral o sexual.

- ✓ Conductas inapropiadas, toda relación y expresión sentimental entre empleados no está prohibida siempre cuando sea representada en actos que no influyan en sus actividades diarias, laborales o comerciales y no se expresen dentro de la compañía, cumpliendo en el buen ámbito de ética y conducta. Dichas expresiones o actos se pueden realizar al exterior de la empresa.
- ✓ Por el bien de un entorno de trabajo abierto y por un sistema eficiente de seguimiento de la comunicación, es importante que se identifiquen correctamente cuando detecten una violación del Código de ética y Conducta. No obstante, si considera necesario realizar una notificación anónima nuestro sistema y nuestros servicios Web registrarán dicha notificación.
- ✓ Los empleados comunicarán a sus superiores o al responsable del área de Recursos Humanos, toda práctica o acción que crean inadecuada, o incluso ilegal, en virtud de este Código. En caso de ser apropiado, teniendo en cuenta la naturaleza del hecho comunicado, los informes de violaciones podrán presentarse directamente a niveles más altos, De corresponder, los reclamos podrán efectuarse en forma confidencial o a través de las líneas de servicio de atención al empleado.
- ✓ Todos los reclamos deben investigarse en forma adecuada. HORTIFRESCO prohíbe la toma de represalias contra cualquier empleado respecto de aquellos reclamos presentados de buena fe y a su vez protege los derechos de la persona inculpada.
- ✓ Todo incumplimiento de este Código podrá dar lugar a la aplicación de medidas disciplinarias, incluida la posibilidad del despido y, en caso de corresponder, a la iniciación de acciones legales o la aplicación de sanciones penales.

Artículo 2: de la ética y buena conducta ambiental

Para un desarrollo sostenible, la satisfacción de las necesidades actuales no puede comprometer las necesidades de las futuras generaciones, con este ánimo incorporamos a nuestras normas y procedimientos el código de ética y conducta ambiental.

En HORTIFRESCO existe una política para la protección del medio ambiente en el que la compañía promueve la participación activa de cada uno de los actores que intervienen en dicha política, por ello en HORTIFRESCO VILLA LEOVI preservamos el medio ambiente a través del mejoramiento continuo de nuestros procesos y productos, para que éstos hagan un uso cada vez más eficiente de los recursos naturales y generen el menor impacto ambiental posible.

Así mismo HORTIFRESCO asume responsablemente los efectos que sus actividades pudieran tener en el ambiente, emprendiendo acciones de restablecimiento del equilibrio ecológico en nuestras plantas manufactureras y sitios de operación.

- Reconocemos que nuestras operaciones empresariales y la prestación de nuestros servicios pueden, en ocasiones, afectar al medio ambiente, por lo que trabajamos para reducir los efectos nocivos que pudieran tener.
- Continuando con las buenas prácticas agrícolas para así mantener los tres pilares; inocuidad del alimento, responsabilidad social y protección del medio ambiente.
- Configurar la empresa como un instrumento al servicio del consumidor entregando un producto inocuo, haciendo compatible su actividad con un desarrollo social sostenible y respetuoso con el medio ambiente, procurando que toda su actividad se desarrolle de manera ética y responsable.

El cuidado y preservación del medio ambiente es de vital interés para nuestra organización, ya que los recursos naturales, al ser la base fundamental en la actividad de nuestra empresa, nos compromete aún más con la protección del mismo, es por esto que velaremos por que los vertimientos y demás residuos generados en nuestra empresa, sean tratados de tal manera que se mitiguen los impactos sobre los vertimientos de las aguas receptoras, se capacitarán de manera continua a todos los empleados de la empresa inculcando la importancia de caracterizar los residuos generados, facilitando y generando conciencia del reciclaje, de esta manera asegurando la disposición final adecuada de los residuos e implementando los programas pos consumo.

Apuntaremos a que más de ser una política ambiental de nuestra empresa, Se constituya en un hábito en nuestros empleados, y estos a su vez lo desarrollen de manera inconsciente no solo en el ambiente laboral, sino en cualquier lugar que se encuentre.

- ✓ Asegurar el apoyo y la participación de todos los actores y administradores en la implementación de las buenas prácticas ambientales y envolver en el programa y políticas de la empresa a todos los que trabajan o prestan servicios a la empresa
- ✓ La reducción del despilfarro de recursos naturales.
- ✓ Identificar y reducir los impactos y riesgos ambientales desde, el planeamiento de nuevos proyectos y construcciones, teniendo en cuenta la preservación del escenario, de la fauna y flora locales.
- ✓ Controlar y disminuir el uso de productos adversos al medio ambiente como: asbesto, CFCs, pesticidas y materiales tóxicos, corrosivos, infecciosos, explosivos e inflamables.
- ✓ Respetar los locales y objetos religiosos e históricos, a la población anfitriona, sus valores culturales y sus tradiciones
- ✓ Economizar energía, descartando la iluminación innecesaria y usando, siempre que sea posible, fuentes alternativas, focos de bajo consumo y equipos de control automáticos como temporizadores, sensores y termostatos.
- ✓ Evitar el desperdicio de agua y reducir su consumo, verificando la existencia de fugas de agua, recolectar y aprovechar, siempre que sea posible, el agua de la lluvia, intentando utilizar duchas, válvulas y equipos que hagan posible un mejor control y la reducción de su necesidad
- ✓ Adoptar las tres “R” de la conciencia ambiental: reducir, reutilizar y reciclar. Analizar la demanda de materiales reciclables y el flujo de los residuos sólidos de la empresa, identificando los principales componentes de la basura producida, para fines de stock apropiado y reciclaje. Evitar el uso de productos descartables y de recipientes plásticos no reciclables
- ✓ Eliminar la quema indiscriminada de basura, pastizales y o deforestación.
- ✓ Impedir cualquier derrame de aguas residuales no tratadas o de químicos perjudiciales para la salud, en las fuentes hídricas, en las nacientes y en los depósitos de agua.

- ✓ Poner bacterias consumidoras de materia orgánica en las fosas tradicionales existentes y disponer fosas ecológicas para nuevos proyectos, situados en locales no atendidos por los organismos municipales de aguas residuales.
- ✓ Reducir la contaminación acústica y atmosférica, disminuyendo la producción de ruidos y siempre que sea posible, instalando filtros en las campanas extractoras y sustituyendo los gases refrigerantes por tipos que no perjudiquen la capa de ozono.
- ✓ Unir esfuerzos entre las empresas involucradas y sus Stakeholders para conseguir una armonía entre ambos y así consiguiendo al mismo tiempo beneficios económicos, medioambientales y sociales. Es necesario el trabajo en equipo de los líderes para conseguir un cambio efectivo en la sociedad moderna que vivimos.
- ✓ Reconocer e integrar en nuestras operaciones por parte de la empresa, las preocupaciones sociales y medioambientales, dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren su relación con sus interlocutores Los consumidores esperan de las empresas que demuestren los valores sociales, así como la evaluación de las alternativas que se ofrecen en el bienestar de la sociedad y la comunidad
- ✓ Fomentar un Programa de Sostenibilidad bajo la inspiración del Código de Ética y Conducta Ambiental, que se alinea con los esfuerzos requeridos para que se lleve adelante.
- ✓ Además de las buenas prácticas de conservación de energía y agua, reducción y reciclaje de residuos, gestión responsable de efluentes y emisiones en las instalaciones, la compañía creará Rutas que se empeñan en interactuar con sus comunidades anfitrionas a través de un sin número de formas de participación, apoyando iniciativas de los actores locales que puedan reforzar todos los aspectos de su identidad geográfica y protección y sostenibilidad ambiental.
- ✓ HOSTIFRESCO desarrolla un programa permanente de monitoreo de las prácticas en todos los procesos. Este programa proporciona la visita periódica de profesionales que comprueban las prácticas adoptadas y orientan para el perfeccionamiento continuo de las mismas.
- ✓ La continuidad y ampliación de las actividades del programa de seguimiento, control y capacitación están garantizadas a través de la estrategia de alianzas de Rutas con

empresas privadas que comparten su visión de protección del medio ambiente. El equipo de profesionales está compuesto por empleados de las áreas de ingeniería ambiental, agronomía, ingeniería forestal, biología, geografía y turismo de HORTIFRESCO.

- ✓ Capacitar personas y empresas para que se convierten en multiplicadores activos del desarrollo sostenible e igualitario, y recientemente ha traído a la vanguardia los efectos del cambio climático en los ecosistemas y comunidades, y sus consecuencias en todo el mundo.

De esta manera como Misión de HORTIFRESCO es asegurar la conservación, a través de la gestión y del uso sostenible de los recursos naturales, así como de los ambientes creados por el hombre, sea parte integral del desarrollo sostenible del ambiente. Con el objetivo de apoyar la integración de la producción y el consumo sostenibles. El medio ambiente y los aspectos socio-culturales constituyen activos importantes para HORTIFRESCO, por lo tanto, la preservación de los ricos y diversos recursos naturales la zona es fundamental para el desarrollo sostenible de los recursos naturales y el ambiente

Artículo 3: De Las Políticas De Calidad Nuestra Forma De Hacer Las Cosas

Con nuestros clientes.

Satisfacer sus necesidades y expectativas de los clientes actuales y potenciar el producto en la consecución de un amplio sector, abarcar no solo la región sino ampliar nuestros clientes, trabajar en la consecución de alianzas comerciales que permitan potenciar cada día más los productos ofrecidos por la empresa HORTIFRESCO.

Con la Comunidad.

El compromiso de la empresa HORTIFRESCO va más allá del cumplimiento de los requisitos exigidos por el Gobierno Nacional, departamental y local, la idea de la empresa es hacer un trabajo mancomunado con la comunidad, que permita que la empresa genere esos

procesos de integración con la comunidad, haciéndolos participes del proceso, generando espacios para conocer de ellos y que ellos conozcan de la empresa.

Con nuestros Colaboradores.

La empresa HORTIFRESCO esta netamente comprometida con el desarrollo y buen crecimiento de sus colaboradores, haciendo que estos crezcan cada día, haciendo un seguimiento de cada una de sus necesidades y potenciando las capacidades de cada uno de ellos, Apostando al crecimiento personal, dentro y fuera del ámbito laboral.

Con el Medio Ambiente:

La empresa HORTIFRESCO es una empresa que trabaja cada día en la preservación del medio ambiente, siendo ecológicos, trabajando en procesos que permitan conservar el medio ambiente, utilizando productos que no alteren el ecosistema y evaluando los procesos realizados. Se trabaja en una política de reciclaje y cuidado del medio ambiente, trabajando en un enfoque de responsabilidad social ambiental y empresarial

En relación con los competidores de la Empresa.

- ✓ No generar acciones que atenten contra la sana competencia en el mercado
- ✓ Realizar una competencia justa de precios, no afectando el mercado de los productos
- ✓ Competir bajo los estándares de comercio, compitiendo lealmente y cooperando a un libre mercado, siempre basado en el respeto entre empresas
- ✓ No atraer clientes de otras empresas, utilizando alguna práctica que atente contra las buenas practicas mercantiles

De la inclusión social.

- ✓ Participar en la integración de personas con capacidades diferenciales, no haciendo una exclusión de ellos, sino integrándolos al proceso, es de vital importancia que las personas con capacidades diferenciales hagan parte del proceso productivo de la empresa HORTIFRESCO.
- ✓ Es de gran importancia que madres cabeza de familia ingresen al vínculo laboral de la empresa, apoyándolas y generando procesos de crecimiento para esta empresa apoyando y aportando a la integración e inclusión de grupos de población socialmente aptos.
- ✓ Integrar a personas que están en proceso de liberar su adicción por las sustancias psicoactivas.
- ✓ Hacer un trabajo mancomunado con las entidades municipales con el fin de mejorar la atención a las personas menos favorecidas del municipio, creando planes de acción que permitan apoyarlos en sus etapas tan difíciles.
- ✓ Como estamos en un proceso de paz a nivel nacional, la empresa HORTIFRESCO trabaja con el fin de integrar a personas desmovilizadas, haciéndolas participes de los procesos.

Artículo 4: de la seguridad y salud en el trabajo

La empresa HORTIFRESCO está desarrollando y actualizando sus políticas de SST con el objetivo del buen desarrollo de las actividades de la compañía, desarrollando actividades que estén basadas en las buenas practicas, preservando el bienestar de sus colaboradores, protegiendo su seguridad y salud en el trabajo, garantizando que ellos tengan condiciones dignas y seguras para trabajar. De acuerdo a ellos se deben aplicar ciertas normas con el fin de garantizar todo ello. A continuación, relacionamos los ítems básicos de la política de SST a tener en cuenta por los colaboradores:

- ✓ Garantizar que las instalaciones y zonas de trabajo de la compañía estén cumpliendo los estándares de seguridad, y de igual manera deben de ser mantenidas y utilizadas de la

mejor forma para mitigar al máximo los riesgos de accidentes por el colaborador a sus compañeros y productos.

- ✓ Dar sus máximos esfuerzos para el análisis de los riesgos presentes, riesgos, físico, químicos, ambientales, locativos que se identifiquen y notificarlos al jefe de área.
- ✓ Cumplir con los protocolos de seguridad establecidos para cada área y cada actividad asignada a realizar por el colaborador aplicar asimismo estándares propios para la protección del personal.
- ✓ Conocer y participar de los planes de respuesta ante posibles accidentes y riesgos laborales.
- ✓ Promover entre sus colaboradores y compañeros las capacitaciones en cuanto a seguridad en el trabajo, higiene laboral, usos de elementos de protección personal y riesgos en la salud.
- ✓ Participar de las campañas en cuanto a la promoción de la seguridad y salud en el trabajo propuestas por la empresa a los empleados.
- ✓ Presentar y Realizar los exámenes de ingreso y exámenes periódicos establecidos programados por la compañía a los trabajadores, así mismo analizar las condiciones de riesgo presentes en su área de trabajo.
- ✓ Conciencia y responsabilidad de que el consumo alcohol y sustancias psicoactivas en el trabajo o para ingresar a sus labores con un detonante activo de los accidentes laborales como persona y sus compañeros.
- ✓ Utilizar los elementos y dotaciones asignados para la realización de las actividades en cada área y a cada empleado.
- ✓ Revisar continuamente las condiciones de los elementos y las áreas de trabajo para que estén en condiciones óptimas para poder realizar sus actividades de lo contrario avisar a su jefe de área.
- ✓ Realizar un buen uso de los elementos y equipos de trabajo estrictamente para la actividad asignada en su área.
- ✓ Realizar y presentar la información oportuna a cada jefe de área cuando se presenten accidentes o enfermedades laborales.
- ✓ Propender al terminar la labor diaria de dejar las áreas, equipos e insumos de trabajo en las condiciones de aseo, almacenamiento y orden.

- ✓ Solicitar al área correspondiente los insumos, equipos y dotación oportuna para la realización de actividades.
- ✓ Abstenerse de realizar actividades diarias sin su equipo, insumos y dotación correspondiente al área respectiva para evitar riesgos y accidentes o enfermedades laborales.
- ✓ Realizar sus actividades diarias según el área siempre proponiendo un buen ejercicio de las mismas sin que afecte las condiciones de las demás personas en su área o demás áreas.
- ✓ Participar de los programas de capacitación, actualización y de las funciones a realizar.

En cuanto a la parte de los seguridad y salud en el trabajo es de vital importancia que se cumplan con los lineamientos establecidos por la ley, las políticas, procesos y procedimientos establecidos por la empresa, es de gran importancia que la empresa cuente con su coordinadora de seguridad y salud en el trabajo; quien deberá encargarse por velar que la empresa trabaje en las condiciones adecuadas. Que se realice un trabajo de la mano con la ARL (Aseguradora de Riesgos Laborales) con el fin de cumplir con los estándares establecidos por ellos.

Dentro de los puntos más importantes a tener en cuenta la parte de seguridad y salud en el trabajo son las dotaciones y los elementos de protección personal. Si queremos que ellos estén bien, se debe garantizar el total cuidado de los colaboradores.

Importante establecer la matriz de los EPP (Elementos de Protección Personal), a continuación se definen los elementos de protección personal a trabajar.

Es de gran importancia que todos los colaboradores tengan un compromiso y sentido de pertenencia por lo que están haciendo y de esta manera puedan ellos mismos apoyar en el seguimiento y control del uso de los elementos de protección personal, y de las conservaciones de las instalaciones, que sean partícipes en la preservación de las instalaciones físicas, que puedan establecer criterios de control personal y se genere una conciencia del respeto y ayuda en todos los aspectos.

Artículo 5: de la transparencia y política de anticorrupción

HORTIFRESCO se compromete a alinearse a los más altos estándares éticos, cumplimiento de la ley y reglamentación en materia anticorrupción realizando nuestros negocios con honradez, honestidad integridad y responsabilidad. En pro de lo anteriormente mencionado, a continuación, se relaciona nuestra política de transparencia y anticorrupción la cual será periódicamente supervisada por el comité de auditoría de la compañía:

De los directivos y jefes de área.

- ✓ Asegurar el cumplimiento de esta política generando una cultura orientada a aplicar y hacer cumplir estas políticas.
- ✓ Prohibir y sancionar cualquier tipo de conducta relacionada con la corrupción.
- ✓ Compromiso con la compañía en la buena administración y distribución de los recursos económicos, financieros, comerciales y humanos de manera transparente, eficaz y eficiente.
- ✓ Generar legitimidad en las decisiones con coherencia e igualdad sin discriminación ni intereses personales, económicos, personales, o sociales.
- ✓ Cumplimiento de los requerimientos legales, sociales, y políticas de la compañía en materia de concordancia con el código ética y conducta de la compañía.
- ✓ Generar compromisos para la orientación, socialización, capacitación, adopción y ejecución de las políticas administrativas o de gestión, orientada al cumplimiento de los objetivos de la compañía.
- ✓ Promover y crear una estandarización para vinculación de los directivos bajo criterios de idoneidad profesional y perfil ético.
- ✓ Garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad en los procesos productivos, promoviendo el respeto y mejoramiento continuo.
- ✓ Fomentar y promover espacios de diálogo, para la construcción de un mejor ambiente laboral.

- ✓ Asegurar que los empleados que realicen denuncias de acciones de corrupción cuenten con protección contra cualquier tipo de represalia.
- ✓ Abstenerse de no tengan un fin lícito de recibir donaciones.
- ✓ Monitoreo de transacciones o actividades dudosas que pretendan introducir recursos provenientes de actividades ilícitas.
- ✓ Tomar medidas disciplinarias a los colaboradores que incumplan esta política.

De los empleados

- ✓ Denunciar cuando sospeche o tenga pruebas de cualquier conducta de corrupción.
- ✓ Fomentar y promover el liderazgo de los empleados, al incluirlos como los principales actores de las políticas, procesos y procedimientos buscando el desarrollo de un buen producto y calidad en la producción.
- ✓ Generar unos ambientes de confianza entre los directivos y jefes de área.
- ✓ Ser Referente en comportamiento ético, y de conducta traducido en buenos resultados de convivencia y producción lo que facilita y guía su quehacer diario.
- ✓ Participar en todos los espacios de capacitación y actualización de los procesos y procedimientos para mejorar sus aptitudes laborales.
- ✓ Respetar los derechos, necesidades, diferencias y condiciones en el ámbito laboral, generando una cultura organizacional adecuada y orientada al cumplimiento de los objetivos empresariales.
- ✓ Proteger la reputación y el buen nombre de la compañía.
- ✓ Guardar confidencialidad sobre cualquier información que haya sido obtenida en el ejercicio profesional y que amerite esta condición.
- ✓ Conocer y actuar siempre con apego a los valores corporativos, al código de conducta y a los reglamentos internos de la compañía.
- ✓ Actuar con honestidad y respeto en las relaciones con clientes, compañeros, superiores, proveedores, organismos gubernamentales y la comunidad.
- ✓ Proporcionar información verdadera, precisa y coherente a los diferentes canales de comunicación.

- ✓ Los sistemas de comunicación (teléfono, correo electrónico e internet) serán autorizados únicamente con fines profesionales para ayudarle en su trabajo, según lo requiera el puesto.
- ✓ Los sistemas de comunicación de la compañía no se deben utilizar para ver, recibir o transmitir materiales inadecuados.
- ✓ Se permite recibir invitaciones a desayunos, almuerzos y cenas de trabajo durante el desarrollo de las actividades empresariales normales con el conocimiento del supervisor o jefe de área inmediato.
- ✓ Velar y proteger de manera confidencial las informaciones y los procesos de la empresa, así como la de nuestros empleados, clientes, proveedores, accionistas y terceros.
- ✓ Todos los documentos creados por empleados de la empresa en el desarrollo de sus tareas son propiedad de la empresa y se consideran documentos confidenciales de la misma.
- ✓ Para la contratación de familiares directos en la misma compañía, la relación debe ser comunicada a Recursos Humanos. En todo caso no se permitirá que alguno de ellos se encuentre en algún puesto en el que tenga la oportunidad de controlar, revisar y/o aprobar el trabajo del otro, o pueda influir sobre un aumento o promoción de este.
- ✓ Los recursos (Equipos, Tecnología) se utilizan para el trabajo acorde a los propósitos de la empresa y no para intereses particulares.
- ✓ Informar sobre casos de chantaje y extorsión.

De los Proveedores

- ✓ Construcción de la confianza con la compañía mediante la aceptación y participación en el buen manejo de los procesos, y políticas de la compañía sin anteponer su beneficio propio o de la competencia.
- ✓ Imparcialidad y transparencia con igualdad en los procesos de contratación, generando condiciones de confianza y credibilidad con todos los proveedores.
- ✓ Inclusión de estos en la construcción y socialización de políticas de transparencia y anticorrupción de beneficio mutuo.

- ✓ Garantía y respeto por sus derechos como la de los miembros y colaboradores internos de la compañía en su condición de contratista
- ✓ Vigilancia y control en los procesos garantizando el correcto desarrollo y ejecución, se debe garantizar el máximo de rendimiento en los procesos de la empresa.

Artículo 6: de la solución de conflictos y régimen sancionatorio

Así mismo la empresa dando al cumplimiento de la ley 1010 de 2006, creado como medida preventiva para el acoso laboral. Debe tener un grupo de trabajadores quienes conformaran el comité de convivencia laboral, quienes deben ser los encargados de resolver inconformidades o problemas que se estén presentando y que estén alterando las buenas relaciones y el ambiente laboral.

Es de gran importancia que se organicen periódicamente reuniones con el fin de analizar las problemáticas que se estén presentando, es importante que al momento que se presenten problemas o inconvenientes de cualquier índole dentro de la compañía, es necesario que se hagan reuniones con el fin de solucionarlos en el menor tiempo posible. La idea es buscar mejoras de condiciones labores y garantizar el buen ambiente laboral.

Los conflictos son más frecuentes de los que se puede llegar a imaginar dentro de la empresa, ya que todas las personas tienen creencias y estilos de vidas diferentes que hacen que en ocasiones genere malestar, teniendo en cuenta que la jornada laboral es de 8 horas diarias se podría llegar a pensar que es un segundo hogar para las personas que hacen parte de la empresa, es por esto que cuando se presenta un conflicto se debe buscar la manera más práctica y saludable para pronta solución de dicho mal entendido.

Es importante que la persona que va a ser de mediador sea imparcial, que tenga la capacidad de ponerse en los zapatos de ambas partes, capaz de escuchar atentamente para así saber cuál es el verdadero problema y entre todos poder dar solución.

Sin embargo, se pueden seguir estos pasos para una buena solución de conflicto:

1. La persona que sirve de mediador será la Directora de RRHH ya que será una mediadora imparcial.

2. Se escuchará atentamente las partes involucradas con el fin de identificar el verdadero problema.
3. Identificar el problema.
4. Escuchar las posibles soluciones de todos los involucrados con el fin de aplicar la mejor solución.

Medidas disciplinarias: La Empresa procura imponer medidas disciplinarias que se adapten a la naturaleza y circunstancias de cada violación al Código.

- ✓ La Empresa utiliza un sistema de disciplina progresiva, emitiendo cartas de reprimenda por faltas menores que ocurran por primera vez. Las violaciones de una naturaleza más grave pueden dar lugar a la suspensión sin goce de sueldo; pérdida o reducción del incremento por mérito, otorgamiento de gratificaciones y de las opciones de acciones o el despido inclusive. Cuando se detecta que un empleado ha violado el Código, el acta de la decisión final y una copia de una carta de reprimenda se colocarán en el expediente de Personal del empleado como parte de los registros permanentes del empleado.

Asistencia técnica

La Oficina de recursos humanos está disponible para responder cualquier consulta sobre el Código o políticas de cumplimiento de la Empresa o para analizar cualquier inquietud que pueda tener sobre posibles violaciones al Código.

Para consultas del código de ética y conducta La Empresa tendrá un sitio de Intranet donde estará publicado con información adicional sobre el Código, políticas y procedimientos, capacitación y otra información de ética y cumplimiento. Si no tiene acceso a la Intranet de la Empresa, consulte con su jefe de área, con el representante de Recursos Humanos, el asesor jurídico de la Empresa.

Declaración de aceptación

La Dirección de Recursos Humanos será responsable de notificar el presente Código de ética y Conducta Empresarial a todos los empleados de la empresa, y de exigir la confirmación de su recepción y aceptación, así como la firma de todos sus Anexos. La empresa se reserva el derecho de modificar el contenido del Código y/o Anexos, siempre y cuando sea coordinado con el comité y de solicitar a cualquier empleado, directivo o contratista que firme y presente el formulario al momento de su ingreso a la Empresa o en cualquier otro momento, ante cualquier modificación en los mismos.

Las actualizaciones, y modificaciones se presentaran según las estrategias que defina la empresa para hacer la socialización y capacitación a los empleados.

Presupuesto para la elaboración e implementación código de ética y conducta

Para la elaboración e Implementación del Código de Ética de la Empresa, se requiere contemplar las diversas fases que involucran unas actividades y por ende costos, que es necesario conocer anticipadamente, con el propósito de gestionar su autorización ante la Gerencia General y de esta forma provisionar los fondos dentro del flujo de efectivo de la empresa

Tabla 2 Presupuesto

Actividad	Horas/Unidades	Costo Hora	Costo Total
Constitución de un comité de gestión para el código de Ética	8	\$50.000	\$400.000
Capacitación temas éticos y legislativos (Incluye refrigerios)	8	\$150.000	\$1'200.000
Redacción y Construcción código de Ética y conducta (Incluye refrigerio)	120	\$60.000	\$7'200.000
Lanzamiento del código (Incluye refrigerio)	2	\$700.000	\$1'400.000

Aplicación y socialización del código de conducta a todos los empleados de la compañía	2	\$150.000	\$300.000
Publicación del código de conducta en las áreas visibles de las zonas de trabajo (4 Placas Acrílicas)	4	\$20.000	\$80.000
Seguimiento y revisión anual por líderes de área y colaboradores según indicadores de gestión	8	\$50.000	\$400.000
Total			\$10'980.000

Fuente: Elaboración Propia

El costo de elaboración de un Código de Ética y su implementación para una empresa de consumo masivo, combinando personal interno y consultoría externa, que para este caso en particular es lo más recomendable, asciende a \$10.980.000

Tabla 3 Justificación presupuesto

Actividad	Observación
Constitución de un comité de gestión para el código de ética	La empresa designara a las personas que estarán dentro del comité y el delegado de los empleados será elegido por ellos mismos
Capacitación sobre temas éticos y legislativos (Incluye refrigerios)	Se contratara un agente externo
Redacción y Construcción código de ética y conducta (Incluye refrigerio)	Constará de 120 Horas de trabajo para redactar y construir código de ética
Lanzamiento del código (Incluye refrigerio)	Este lanzamiento, esta decisión de la empresa y el comité, se realizarán con unas actividades que definirá la gerencia.

Aplicación y socialización del código de conducta a todos los empleados de la compañía (Capacitación)

Constará de 1 capacitación de 2 horas a los empleados a cargo del jefe de recursos humanos

Publicación del código de conducta en las áreas visibles de trabajo (4Placas acrílicas)

La publicación se realizara en 4 áreas de acceso masivo y de fácil visibilidad en unas placas acrílicas que tendrán el código de conducta y ética

Seguimiento y revisión anual por líderes de área y colaboradores según indicadores de gestión

Se realizara una reunión anual del comité para analizar indicadores, sugerencias y actualizaciones al código.

Fuente: Elaboración Propia

10. Del Marketing Social Y Corporativo

El marketing, son las estrategias de las empresas para persuadir a sus clientes y potenciales clientes, al consumo de un producto o servicio.

El marketing social en este curso de RSE, nos permite identificar no solo las estrategias dirigidas al consumismo masivo y desbordado de productos y servicios, sino a la implementación de estrategias y políticas al consumo de dichos productos y servicios mediante la educación informativa y proporcionando al usuario final las ventajas de dicho producto o servicio, que según la adopción de las políticas globales se proponen en la protección del medio ambiente y la salud del consumidor o cliente potencial, cumpliendo con los estándares de calidad exigidos por las políticas nacionales de protección al consumidor y medio ambiente siempre con responsabilidad social, ambiental y laboral.

Además de campañas donde la empresa presenta las buenas practicas hacia el consumidor y con la sociedad como la protección de recursos naturales, la educación, catástrofes, o ayudando a disminuir la pobreza destinando recursos hacia la sociedad y sensibilizando al consumidor del compromiso de dicha empresa con las políticas globales de protección ambiental y reducción de la brecha social.

Esto hace crecer las ventas y los ingresos ya que el consumidor se siente identificado con la responsabilidad social, ambiental de la compañía reflejada en sus campañas.

El marketing social es una estrategia de prácticas diseñadas y aplicadas por la empresa que se espera que la sociedad consumidora se sensibilice hacia el cambio nocivo de malas prácticas y busque el bien común, y participe de la transformación y recomposición social, Es por esto que diseñar estrategias desde perspectivas mercadológicas que logren la comunicación–motivación de los consumidores por éstas se convierte en una buena estrategia que, además, permite posicionar la imagen que persigue la organización

Es por ello que se le considera una mega tendencia del mercadeo, ya que involucra los tres actores principales en la gestión de mercadeo: la empresa, el producto (venta de una idea o causa social) y el factor social-solidario; esta estrategia es asumida por la organización desde su

concepción filosófica, contemplando una orientación hacia las prácticas de intervención social solidaria con intenciones comerciales.

Prácticas de este tipo han sido utilizadas por algunas empresas que han implementado campañas de tipo social para favorecer a públicos afectados por catástrofes naturales, alteraciones del orden público, pobreza o por problemáticas sociales relacionadas con la salud, el civismo, la educación, entre otros. Dentro de sus propósitos se encuentran, tanto el apoyo y la ayuda, como el interés de renta en el posicionamiento de una marca que se relacione con el mejoramiento de problemas sociales. De esta manera, se puede identificar la implementación del mercadeo social como una estrategia que se realiza para el desarrollo de marca, imágenes, ideas y conceptos de productos, promovidos antes por medio del mercadeo tradicional.

Si es pública o privada, pues los intereses de ésta cambian de acuerdo con el papel que juegan en los escenarios sociales donde desearon generar transformaciones.

Dentro del marketing tenemos los clientes internos y externos, para el marketing corporativo se busca la atención y captación del cliente interno, estos son los trabajadores los proveedores, este es contrario al marketing social que es una estrategia, esta es una disciplina que busca mediante políticas de la empresa mejorar la productividad de sus colaboradores creando fidelidad y una cultura a la compañía y sus procesos.

Todo esto es posible cuando se brinda por la empresa un clima organizacional y laboral lleno de motivación y confianza al colaborador, permite al colaborador tener una expectativa hacia su compañía y su crecimiento personal y laboral, además esta fidelidad y cambio de cultura se ve reflejado de sus colaboradores hacia los procesos, productos o servicios y son captados por los clientes en la calidad del servicio y producto, y calidad y calidades en la atención.

Teniendo en cuenta los argumentos anteriores como estrategia dentro de la RSE, presentamos las estrategias y conceptos para la empresa HORTIFRESCO:

Marketing social para HORTIFRESCO: somos una empresa del sector primario, cuyo objetivo es la producción orgánica (sin químicos), y sana de productos agrícolas específicamente

verduras, con amplia experiencia y cobertura en el sector comercial ya que distribuye a las más grandes cadenas y grandes superficies en el área de supermercados, yo lo presentaría en tres ejes:

1. Protección al consumidor: productos sanos, sin químicos, frescos, con calidad y buen precio.
2. Protección al medioambiente: somos una entidad que no cumple los estándares de calidad para el consumidor, sino que además respeta y protege los recursos naturales creando planes de mejoramiento continuo en la protección de recursos naturales para el proceso de producción, también fortaleciendo con estrategias de reforestación y manejo de residuos sólidos y líquidos.
3. Estamos adoptando políticas de apoyo a las necesidades sociales, como contratación de madres o padres cabeza de familia y crear convenios para apoyar laboralmente a población vulnerable como talento humano que está en proceso de resocialización en el consumo sustancias psicoactivas.

10.1. Marketing corporativo para HORTIFRESCO

Nuestra política busca la satisfacción y fidelidad de nuestros colaboradores, siempre en la búsqueda del mejoramiento laboral, profesional y personal de todos nuestros colaboradores, en este proceso mantenemos una continua capacitación según el área para mejoramiento de procesos, oportunidad de acceso a educación sin importar el nivel educativo, y la implementación de protocolos y códigos que protejan la salud y bienestar de los colaboradores para lograr un clima organizacional ameno y de satisfacción.

11. Los Stakeholders

Descripción de los Stakeholders:

De acuerdo la actividad anterior fase 4 los Stakeholders se agrupan en trabajadores, clientes, accionistas y proveedores, entre muchos otros actores clave que se ven afectados por las decisiones de una empresa. Generar confianza con ellos es fundamental para el desarrollo de la empresa.

Los Stakeholders pueden ser definidos como todos los actores sociales que, producto de las decisiones y objetivos de una empresa se pueden ver afectados, ya sea de forma positiva o negativa. Así, por ejemplo, los dueños de una compañía, sus trabajadores, la comunidad donde esta ópera, sus proveedores y el ambiente, entre otros.

Competencia: Son todas las empresas que compiten directa o indirectamente.

Directa: son las empresas que venden hortalizas como lo es Makan, Campos verdes, y del Huerto

Indirecta: son los pequeños cultivadores que venden sus cosechas a las grandes empresas a bajo costo para luego ser comercializadas

Proveedores: Son las medias empresas que ayudan a Hortifresco a cumplir con la Demanda del mercado actual.

Directos: Son las medias y pequeñas empresas como Concelmiel, Kincar, Frescas, entre otras.

Indirectas: Son aquellos proveedores que le venden las semillas a nuestros proveedores.

Redes Sociales: Son aquellas ayudas tecnológicas que hacen que seamos visibles en el mercado virtual.

Facebook, Instagram, Twitter

Auditorias: Son todas aquellas auditorías realizadas por entes encargados con el fin de mejorar y certificar los procesos y los productos de la empresa.

Entre estas auditorías se encuentran las realizadas por los clientes potenciales que son Almacenes Éxito, Cencosud, Jerónimo Martins.

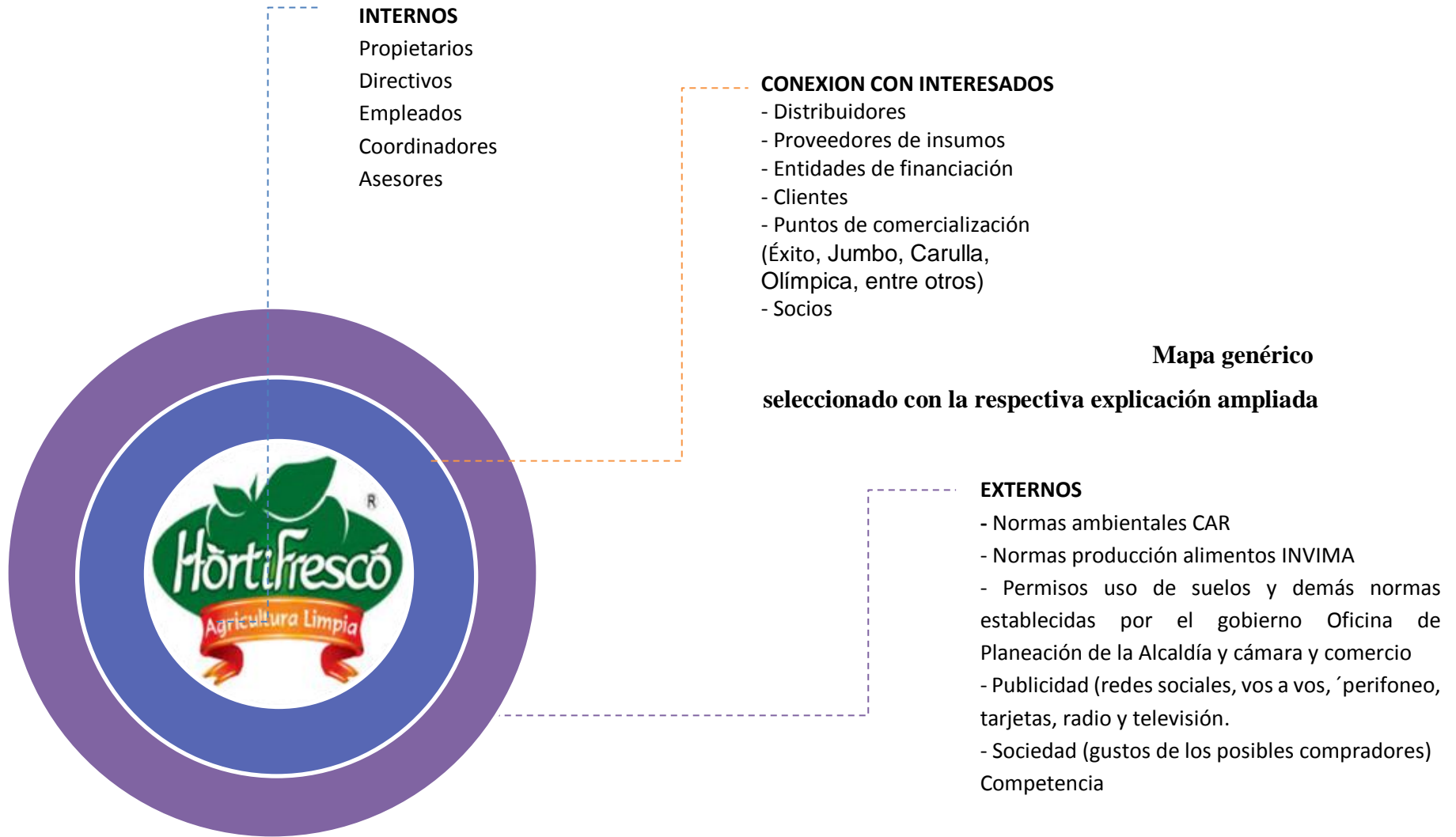
También hay auditorías realizadas por Ceres, La CAR y el ICA

Estabilidad Laboral: Se ofrece contrato directo con la empresa, con estabilidad laboral y crecimiento personal y laboral.

Los Accionistas: Son todas aquellas personas que económicamente y profesionalmente ayudan a crecer a Hortifresco.

Uso adecuado de los Recursos: Se hace un uso adecuado de los recursos naturales, se hace manejo de aguas en el reservorio, plantas de tratamiento, y reciclaje para minimizar el impacto ambiental que se pueda acusar.

Impulsadoras de Ventas: Son todas aquellas mujeres valientes y orgullosas de su trabajo que dan a conocer todos los productos y sus diferentes formas de preparación.



Grafica 3.mapa genérico de Stakeholders para Hortifresco **Fuente:** *Fuente: Elaboración Propia*

Tabla 4. Matriz De Rsc Vs Intereses

STAKEHOLDERS	TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	INTERESES DE STAKEHOLDERS	INTERES DE LA EMPRESA
Accionistas y propietarios	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Derechos de accionistas. ✓ Composición de la junta ✓ Auditorias ✓ Remuneración de accionistas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rentabilidad suficiente 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Confianza
Empleados y fuerza laboral	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo infantil ✓ Libertad de asociación ✓ Salud y seguridad en el trabajo ✓ Horarios ✓ Capacitación ✓ Protección social 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empleo seguro ✓ Remuneración adecuada ✓ Participación ✓ Seguridad y salud en el trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Adecuada remuneración ✓ motivación
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Negociaciones justas ✓ Compromisos a largos plazos ✓ Buena comunicación ✓ Cumplimiento oportuno de obligación contractual 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Relaciones contractuales a largo plazo ✓ Pago oportuno ✓ Calidad en los productos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Precios bajos ✓ Oportuno cumplimiento de pedidos ✓ Calidad del producto
Distribuidores y socios comerciales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Garantía ✓ Productos confiables ✓ Servicios oportunos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Precios justos ✓ Excelente calidad del producto 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Buena imagen del producto y la empresa

	✓ Información del producto clara y completa	✓ Producción oportuna	✓ Aumento de las ventas e ingresos
Clientes	✓ Garantía	✓ Precios justos	✓ Buena imagen del producto y la empresa
consumidores	✓ Productos confiables	✓ Excelente calidad del producto	✓ Aumento de las ventas e ingresos
	✓ Servicios oportunos		
	✓ Información del producto clara y completa	✓ Producción oportuna	
Entidades de	✓ Manejo de residuos	✓ Disminución de químicos	✓ Disminución de sanciones por entidades de control ambiental
control ambiental	✓ Disminución de insumos químicos		
y social	✓ Manejo de fuentes hídricas	✓ Protección fuentes hídricas	✓ Aprovechamiento y buen manejo de recursos hídricos
		✓ Reforestación	
		✓ Minimizar contaminación	

Fuente: Elaboración Propia

12. Plan De Responsabilidad Social Empresarial Hortifresco Villa Leovi S.A.S

Presentación de la propuesta de un plan de RSE para Hortifresco. Teniendo en cuenta que la Responsabilidad social empresarial hoy en día es un pilar fundamental para las organizaciones ya que contribuyen al desarrollo humano y empresarial sostenible, que se refleja a través del compromiso y confianza que se brinda a la organización a todos sus clientes internos y externos, con intereses e interesados, de esta manera se evidenciarán resultados positivos en beneficio de las mismas al igual que favorecen y mejoran la productividad, los productos y calidad de vida de la comunidad y empleados en general.

Tabla 4, donde se plantea un plan de responsabilidad social empresarial que llevara a cabo por Hortifresco Villa Leovi S.A.S, donde se segmenta en tres dimensiones, las cuales son: económica, social y ambiental, dentro de estas encontraremos los Stakeholders (interesados), quienes intervienen de alguna forma en los procesos de la compañía y para ello se plantean diferentes objetivos y estrategias para cada uno de ellos, para dar cumplimiento al objetivo inicial propuesto.

Tabla 5. Plan De Responsabilidad Social Empresarial Empresa Hortifresco

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EMPRESA HORTIFRESCO							
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económica	Accionistas o propietarios	Aumentar de manera eficiente y constante la rentabilidad y retorno de la inversión en corto plazo	Ampliación de la red de clientes y consumidores, mediante la expansión en el mercado, además de la expansión de nuevos productos.	24 meses	Contratación de personal profesional y de experiencia en mercadeo, marketing o afines, y sostenibilidad financiera.	Rentabilidad obtenida vs rentabilidad esperada	Formatos de seguimiento y control por áreas mensualmente
	empleados	Mejoramiento de las condiciones laborales, económicas y de comunicación con cada empleado	Capacitación continua para mejoramiento del proceso y producto y del área personal y profesional de cada empleado, creación de departamento de SST, espacios de	06 meses	Implementación de la oficina de SST, convenios con instituciones para la	productividad vs producción	Formato de análisis semanal de seguimiento y control con plan de mejoramiento por área y empleado.
	Proveedores						

		interacción para la comunicación oportuna con el empleado.	06 mese s	capacitación del empleado	Costos obtenidos vs costos esperados	
Directivos	Mejorar los valores y calidad de los productos e insumos adquiridos a todos los proveedores externos	Ampliación de la oferta de propuestas de propuestas de proveedores y estudio de las condiciones económicas y productos y su costo beneficio de cada producto.	06 mese s	Implementación de la oficina y proceso para la adquisición de insumos y recursos para la producción	Informe de mercadeo y marketing con estudio de nuestros productos y nuevas propuestas según estudio de necesidades comerciales	Mensual respecto al indicador del área financiero y de producción o calidad
	Implementación de estrategias para ampliación de mercado y producción	Realizar estudios de mercado y nuevos mercados, de la competencia, también del estudio de costo beneficio de nuevos productos.		Área de mercadeo junto a los jefes de cada área de producción		Mensual según informes estadísticos y de medidas propuestos por área de mercadeo

Social	empleados	Estudio y análisis de las condiciones, necesidades y condiciones laborales	Encuesta de satisfacción a cada empleado por área de sus necesidades y condiciones laborales y de sus objetivos personales y profesionales	06 mese s	Área de mercadeo y sst, y coordinación administrativa	Informe estadístico	semestral
	comunidad	Fortalecimiento de la comunicación y socialización de las estrategias de minimización de los riesgos ambientales y de la contratación de recurso humano de la zona aledaña.	Capacitaciones y acciones de acompañamiento de la comunidad para la verificación del cumplimiento de los compromisos de la empresa, y programa con acciones de contratación de personal de la zona	12 mese s	Coordinación administrativa	Resultado de satisfacción dela comunidad vs quejas o necesidades dela comunidad	semestral

13. Plan De Comunicaciones Hortifresco Villa Leovi S.A.S

Una vez seleccionado y elaborado el plan de responsabilidad social empresarial, se procede a diseñar el plan de comunicaciones, así como se puede observar en la Tabla 03, donde se establece un tipo de frecuencia y un medio de comunicación por medio del cual Hortifresco villa leovi s.a.s. va a interactuar con cada uno de los Stakeholders hacia los que fue dirigido el plan de R.S.E.

Tabla 6. Plan De Comunicaciones Hortifresco Villa Leovi S.A.S

Dimensión	Stakeholders	Plan de comunicaciones	
		Frecuencia	Medio
Económica	Accionistas o propietarios	Mensualmente, para revisar la producción, productividad vs las ventas, y cumplimiento de las acciones propuestas y su beneficio.	Asambleas generales o por web conferencia, informes en los correos de los accionistas
	empleados	Semanal de seguimiento y control con plan de mejoramiento por área en el cumplimiento de planes de mejoramiento.	Reuniones con presentación del informe de la producción vs productividad
	Proveedores	Mensual para revisar los objetivos propuestos	Reunión personal con cada proveedor estudiando sus propuestas contra nuestras necesidades.
	Directivos		

		Mensual, para revisión de cumplimiento de estrategias propuestas y planes de mejoramiento.	Reuniones de asamblea en la empresa para presentación de avances y planes de mejoramiento.
Social	empleados	Semestral, para revisión de resultados y propuestas de mejoramiento	Informe por escrito al área de recurso humano y administrativa
	comunidad	Semestral, para revisar planes de mejoramiento	Físico, y los medios de comunicación como wep.
Ambiental	Entidades de vigilancia y control CAR e INVIMIMA	Mensual, para análisis de cumplimiento planes de mejoramiento y cumplimiento políticas propuestas	Reuniones con áreas responsables de la empresa vs los informes y planes de mejoramiento de las entidades de control.
	clientes	Trimestral análisis de encuestas de satisfacción	Asambleas y web para publicación de resultados.

Fuente: Elaboración Propia

14. Recomendación Modelo De Informe De Gestión

Global Reporting Initiative (GRI)

Las organizaciones empresariales, la sociedad y demás entes que hacen parte del entorno necesitan de un mundo cada vez más sostenible, productivo y con responsabilidad laboral, social y ambiental. Lo cual implica que la empresa debe realizar sus operaciones con normas que se establecen gracias al documento GRI.

La guía muestra información con el fin que las organizaciones puedan tener un impacto positivo en el ambiente, la sociedad, la economía y lo laboral. La compilación de los datos de la empresa y su interpretación mediante GRI4 encausan a las empresas en la toma de decisiones al visualizar los riesgos de forma clara e integral.

El GRI se estableció en 1997 en asociación con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). GRI ha desarrollado Pautas de Informes de Sustentabilidad que se esfuerzan por aumentar la transparencia y la rendición de cuentas del desempeño económico, ambiental y social, y proporciona a todas las empresas y organizaciones un marco integral de informes de sostenibilidad ampliamente utilizado en todo el mundo.

Desde el período del informe 2018, Hortifresco utilizara las pautas GRI G4 e informó de acuerdo con el nivel básico.

Conclusiones

El presente plan estratégico refleja el análisis de la compañía. la cual se visiona como empresa líder en el mercado en la producción, distribución y comercialización de verduras, se identificaron problemas que influyen tanto directa como indirectamente para alcanzar los objetivos estratégicos como Crecimiento organizacional, Responsabilidad social, Innovación en el mercado, Estructura Organizacional, Motivación de personal entre otras.

De igual forma se puede concluir que la empresa., teniendo el plan estratégico definido, tendrá un mayor compromiso por parte de sus trabajadores en todas las áreas, mejorando su competitividad y productividad, ahorrando costos, puesto que, al implementarlo, tendrá un mayor reconocimiento y aceptación por parte de los clientes y empleados, es decir, de su entorno tanto interno como externo y de esta forma logran una mayor fidelidad.

La empresa Hortifresco, y actores se agruparon de acuerdo a sus intereses, lo que permite a las distintas áreas desplegar sus recursos de manera más eficaz al responder por los problemas, luego entonces, mediante este esquema se puede visualizar quienes participan y en qué forma afectan e interactúan con las demás partes que componen el servicio.

Así mismo se logró desarrollar y concretar la creación del plan de responsabilidad social empresarial, así como también, el plan de comunicaciones que permite que la empresa y que Cumpla con cada una de las normas y estrategias necesarias para su implementación integral.

Bibliografía

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>.

Braidot, N. (2014). Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement. (pp. 28-35, 431-473). Recuperado de:

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=10&docID=3224821&tm=1510419158573>.

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>.

Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. (pp.16-20). Recuperado de:

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>.

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](#).

Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. Editorial ECU. (pp. 125-192, 237-246, 259-266). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>.

Malfitano, C. Arteaga, R. & Romano, S. (2007). Neuromarketing: celebrando negocios y servicios, capítulo 9. (pp. 244-245). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3186030&ppg=1>.

Anexos

- Link del video

Marketing Social y Corporativo HORTIFRESCO - YouTube

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

- Poster



HORTIFRESCO 

Hortifresco es una empresa familiar que incursiono en el área de hortalizas desde el año 1999. Ubicada en la Sabana de Bogotá, más exactamente en Zipaquirá, en una finca que lleva en la familia más de 5 generaciones.

Es una empresa agroindustrial con actividad primaria, que se dedica a la producción, distribución y comercialización de hortalizas y vegetales. Desde sus inicios ha contado con productos agrícolas de la más alta calidad y el mejor talento humano capaz de seguir creciendo y mejorando día tras día, donde más que una empresa es una familia.

VISION

Características de calidad para un consumo saludable y fresco tanto en producción convencional como producción orgánica, siempre de la mano de un gran equipo humano y bajo los pilares de las Buenas Practicas Agrícolas. Generando calidad de vida para nuestros trabajadores y consumidores y un valor agregado a todas las partes interesadas.

MISION

Seguir manteniéndonos como empresa líder en el mercado colombiano de frutas y verduras. Para el 2030 ser reconocida a nivel internacional por nuestra producción, comercialización y distribución de hortalizas con la más alta calidad, llegando por lo menos a 5 países además de Colombia. Todo esto, siempre basándonos en tres pilares; la inocuidad del alimento, responsabilidad social y protección del medio ambiente.

PRINCIPIOS Y VALORES

					
INTEGRIDAD	RESPECTO	TRABAJO EN EQUIPO	AGILIDAD	INNOVACIÓN	CALIDAD

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

La Responsabilidad Social de la empresa HORTIFRESCO responde a las dimensiones económica, social y ambiental con siete programas que corresponden a las materias fundamentales señaladas en la ISO 26000 y lineamiento 15 del Sistema Integrado de Gestión

DIMENSION ECONOMICA

Permite invertir en términos de la adquisición de los recursos para poder generar utilidades y ser altamente competitivos, generando de esta manera bienestar a todos los grupos de interés con que se relaciona.



DIMENSION SOCIAL

Tiene como objetivo Promover un ambiente de trabajo digno y seguro con la participación activa y desarrollo de los grupos de interés. En este entorno se materializan cuatro programas: Prácticas laborales, Derechos humanos, Comunidad y desarrollo y Asuntos de consumidores. Las prácticas laborales buscan asegurar las condiciones de trabajo de todos los colaboradores de la Empresa. Los Derechos humanos plantean como base el cumplimiento de estos en el marco de la ley. Comunidad y desarrollo promueve la participación activa de la comunidad en la gestión empresarial. Finalmente, los Asuntos de consumidores fomentan buenas prácticas de atención y servicio al ciudadano.



DIMENSION AMBIENTAL

En este entorno se materializa el programa: Medio ambiente, el cual busca evitar el agotamiento de los recursos naturales, la contaminación, el cambio climático, la destrucción de hábitats, la extinción de especies y colapso de ecosistemas completos..



LINEAS DE PRODUCCIÓN

Hortifresco maneja tres líneas de producción: limpia, orgánica e hidropónica. Todas tres tienen sus aspectos que las diferencian unas de las otras pero que conforman un gran portafolio de productos para poder suplir las diferentes necesidades de todos nuestros clientes.

