

**Propuesta Implementación Plan de Responsabilidad Social Empresarial
De Detergentes Ltda.**

**Astrid Melissa Chulacan.
Diana Marcela Rincón López.
Nancy Fonseca Duque.
Oscar Javier Quintero Gil.
Vicki Alexandra Gonzalez.**

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

**Propuesta Implementación Plan de Responsabilidad Social Empresarial
De Detergentes Ltda.**

**Astrid Melissa Chulacan.
Diana Marcela Rincón López.
Nancy Fonseca Duque.
Oscar Javier Quintero Gil.
Vicki Alexandra Gonzalez.**

**Dra. Maite Concepción Pertuz
Asesora**

**Universidad nacional abierta y a distancia - UNAD
Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios –ECACE
Administración de Empresas
Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social
Empresarial
Julio de 2019**

Tabla de Contenido

Resumen	vii
Palabras Clave	vii
Abstract	viii
Keywords	viii
Introducción	ix
Objetivos	x
1. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial para Detergentes Ltda.	1
1.1 Direccionamiento estratégico Detergentes Ltda.	1
1.1.1 Misión	1
1.1.2 Visión	1
1.1.3 Ventajas Competitivas -Valores	1
1.2 Formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada	2
1.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial	3
2. Código de Conducta	5
2.1 Modelo gerencial kaizen – mejoramiento continuo	5
2.2 Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta	6
2.3 Código de Conducta Detergentes Ltda.	7
2.4 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta	18
3. Stakeholders	21
3.1 Descripción de los Stakeholders para Detergentes Ltda.	22
3.2 Matriz de influencia vs. impacto Stakeholders	25
4. Plan de responsabilidad social empresarial para Detergentes Ltda.	26

4.1	Plan de comunicaciones para Detergentes Ltda.	31
4.2	Modelo de Informe RSE mediante la Norma ISO. 26000	33
5.	Conclusiones	38
6.	Bibliografía	40
	Anexos	43

Lista de Tablas

Tabla 1 - Dimensiones por evaluar en responsabilidad social	3
Tabla 2 - Guía aplicada para construir código de conducta	6
Tabla 3 - Plan de responsabilidad social empresarial Detergentes Ltda.	27
Tabla 4. - Plan de comunicaciones	32

Lista de Figuras

Ilustración 1 - Inversión Código de Conducta	19
Ilustración 2 - Actividades Inversión Código de Conducta	20
Ilustración 3 – Importancia relativa de Factores Financieros	21
Ilustración 4 - Mapa genérico Stakeholders	23
Ilustración 5 - Matriz de relaciones Impacto vs Impacto	26

Resumen

Esta propuesta para la implementación de un plan de responsabilidad social empresarial para Detergentes Ltda. consiste en un documento que procura conceptualizar el proceso de gestión y evaluación de una organización, con la cual se pretende definir el marco y las directrices generales que debe seguir una institución con relación al ámbito de responsabilidad social. Este busca la unificación de las inquietudes sociales y medioambientales en el giro ordinario de sus actividades comerciales además de sus relaciones con los distintos grupos de interés o stakeholders, la cual debe estar enmarcada dentro de una visión a largo plazo.

El objetivo principal que se presenta en esta propuesta es la elaboración del plan de responsabilidad social y empresarial aplicado a Detergentes Ltda., el cual permita la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales, con el fin de plantear diferentes estrategias de solución, que al ser implementados aportaran beneficios al entorno y a su vez generaran valor a la organización. El plan también tiene el propósito de esbozar por medio de una matriz influencia-impacto las relaciones entre los distintos actores y con lo cual se espera identificar el nivel de impacto que estos generan en la comunidad. Del mismo modo se propone diseñar un código de conducta que vaya de la mano con el plan de responsabilidad, ya que será este una herramienta fundamental o dicho de otra manera será el marco normativo que pautará el comportamiento de todas las personas que conforman esta compañía, ya sea tanto en las relaciones internas, con sus clientes y proveedores.

Palabras Clave: Plan de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Código de Conducta, Grupos de interés, Recursos, Sistema de gestión.

Abstract

This proposal for the implementation of a corporate social responsibility plan for Detergents Ltda. Consists of a document that seeks to conceptualize the process of management and evaluation of an organization, with which it is intended to define the framework and general guidelines that an institution should follow in relation to the field of social responsibility. It seeks the unification of social and environmental concerns in the ordinary course of its commercial activities in addition to its relations with the different stakeholders or stakeholders, which must be framed within a long-term vision.

The main objective presented in this proposal is the elaboration of the social and business responsibility plan applied to Detergentes Ltda., Which allows the identification of the economic, social and environmental impacts, in order to propose different solution strategies, which when implemented, they will provide benefits to the environment and in turn generate value to the organization. The plan also has the purpose of outlining, through an influence-impact matrix, the relationships between the different actors and with which it is expected to identify the level of impact they generate in the community. In the same way it is proposed to design a code of conduct that goes hand in hand with the responsibility plan, since this will be a fundamental tool or in other words, it will be the regulatory framework that pays the behavior of all the people that make up this company, either in internal relations, with its customers and suppliers.

Keywords: Responsibility Plan, Code of conduct, Resources, Management system, Stakeholders.

Introducción

En la actualidad la responsabilidad social empresarial es un tema que por viene en auge, debido a la importancia que tiene esta dentro del desarrollo social de una comunidad, así como las huellas que crea en una estructura a través de su desarrollo productivo en el entorno; en el momento de hablar de impactos se crea detalle al aspecto financiero, general y ambiental, estos se pueden catalogar como insumo en el esquema y ejecución del plan de responsabilidad social de una organización, con lo cual se buscó solucionar o mitigar dichos impactos. Es importante aclarar que este plan debe estar estructurado a partir de programas y estrategias, que a su vez debe estar enmarcado en la creación de una conciencia del beneficio colectivo y la sustentabilidad de un país.

En la corporación reciente, los mercados y distribuciones son organismos en las que se da la gran cantidad de las dinamisos humanos; en la misma manera, las organizaciones poseen autoridad en toda la generalidad como resultado de sus ejercicios, el equivalente asiente partir un pasaje desigual para ocuparse en el perímetro relacional y forjar así valía en cualesquiera de los notorios con los que se anuncia.

A partir de lo anterior, con este documento se pretende poner en práctica la temática vista a lo largo del curso, y para ello, se crea un plan de responsabilidad social empresarial para Detergentes Ltda., el cual debe ir de la mano con la implementación de programas, planes y estrategias, que conlleven a la adopción del respectivo plan, dando como resultado la sostenibilidad de un entorno sano y la concertación de los dinamisos de la compañía con la colectividad, a fin de mitigar al máximo los impactos que se puedan generar.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan de responsabilidad social empresarial para Detergentes Ltda., que incluya diferentes estrategias de solución que aporten valor a la organización.

Objetivos Específicos

- Identificar los impactos económicos, sociales y ambientales generados por la empresa Detergentes Ltda., y utilizarlos como insumo para el desarrollo del plan de responsabilidad social empresarial de la organización.
- Relacionar en el código de conducta de la empresa Detergentes Ltda. el modelo gerencial y las guías e iniciativas mundiales que facilitan su construcción.
- Definir los recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta empresarial
- Establecer los Stakeholders o grupos de interés de Detergentes y determinar su nivel de interacción con el plan estratégico a desarrollar por parte de Detergentes Ltda. y los distintos canales de comunicación aplicables para Detergentes Ltda.
- Sugerir un modelo de informe de gestión para el plan de responsabilidad social empresarial.

1. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial de Detergentes Ltda.

1.1 Direccionamiento estratégico Detergentes Ltda.

1.1.1 Misión

En (Detergentes Ltda., 2019) se presenta la siguiente como su filosofía “Somos una compañía orgullosamente colombiana, conformada por un equipo humano comprometido, que fabrica y comercializa productos para el aseo, la limpieza y la industria. Satisfacemos las necesidades y expectativas de nuestros clientes y consumidores, mediante el suministro oportuno de productos de calidad a precios competitivos, garantizando así la permanencia y prosperidad como empresa”.

1.1.2 Visión

De igual forma, (Detergentes Ltda., 2019) se quiere establecer como “Ser la empresa preferida por el consumidor en Colombia, en productos para el aseo y la limpieza y participar de una manera importante en el mercado de detergentes en Latinoamérica y en especial en el Grupo Andino”.

1.1.3 Ventajas Competitivas -Valores

Para (Detergentes Ltda., 2019), se consideran las siguientes ventajas competitivas.

“...

- ✓ *Calidad*: Todos nuestros productos cumplen con los requisitos acordados con los consumidores y satisfacen sus necesidades y expectativas.

- ✓ *Servicio al Cliente*: Nuestros clientes están totalmente satisfechos con nosotros y son leales a nuestra organización.
- ✓ *Cubrimiento*: Garantizamos la disponibilidad de nuestros productos en la cantidad, calidad y momento oportuno a todos los consumidores actuales y potenciales, a través del desarrollo de canales de ventas y distribución adecuados y rentables.
- ✓ *Gente*: Hemos desarrollado un grupo humano que cumple con las características del perfil *Dersa*, personas comprometidas que cumplen sus metas y están identificados con la filosofía de la organización.

...”.

Su filosofía se enmarca en los siguientes Valores:

- ✓ Compromiso
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Respeto
- ✓ Sentido de pertenencia
- ✓ Liderazgo
- ✓ Honestidad
- ✓ Confianza
- ✓ Trabajo en equipo

1.2 Formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada

En la Tabla 1 apreciamos, que se utiliza el formato de evaluación del desempeño para efectos de identificar el nivel de impacto que existe entre los componentes social, económico y ambiental, con relación al interior de la empresa, así como con el entorno.

Tabla 1 - Dimensiones por evaluar en responsabilidad social

Formato de evaluación Impacto empresa Detergentes Ltda.			
Problema		Impacto	Prioridad Atención.
Económico	Interno:	Debido a las modificaciones por medio de la Ley de Financiamiento que impactaron algunos productos de la canasta familiar además la Competencia actual en el sector de aseo se puede disminuir las demandas actuales, dado que los compradores buscan optimizar sus gastos aprovechando promociones, descuentos y a veces llevando productos en mayor cantidad para ahorrar adquiriendo productos de muy buena calidad a menores precios.	Alta
	Externo:		
Social:	Interno:	En la actualidad existen los productos de aseo con los cuales se buscan frenar miles de enfermedades, pero algunos liberan compuestos tóxicos al momento de ser al momento de su fabricación, es necesario proteger a los trabajadores de los peligros que generan las partículas mediante estudios y monitoreo constante. Dichas consecuencias pueden ser dolores de cabeza y náuseas, irritación de ojos, nariz y garganta, alergias y/o asma.	Alta
	Externo:		
Ambiental:	Interno:	Dado el estado actual de contaminación los productos deben ser amigables al medio ambiente en cualquier su etapa de vida (a partir de la fabricación), reducir las emisiones contaminantes y optar por materia prima que no sea a base de petróleo.	Alta

Fuente: Investigación de Campo año 2019

1.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

✓ **Para qué el plan de RSE, Beneficios.**

Es necesario contar con este tipo de planes dado las alertas a nivel mundial donde establecen la necesidad de reducir las emisiones contaminantes, por ende, para Detergentes Ltda. el buscar dejar un menor impacto ambiental con sus productos los convierte en una empresa amigable con el medio ambiente a los ojos de sus consumidores traducido en mayores niveles de venta.

Al diseñar el plan de RSE para esta empresa, se esperaría que las personas que elijan las mercancías de Detergentes Ltda. conozcan que cualquiera de los productos son fabricados bajo un compromiso de sostenibilidad y responsabilidad ambiental; desde el momento de su formulación, producción, envasado y distribución, que dichos productos están hechos de manera responsable sin disminuir la política de calidad actual, al cumplir con las obligaciones convenidas con los clientes y compensan sus expectativas y necesidades.

✓ **Objetivo de implementar un plan de RSE.**

Con la aplicación de este tipo de planes de forma correcta es posible, Generar una tendencia en los consumidores que quieren asegurarse de que los productos comprados ayudan o protegen los recursos naturales de la tierra, lo cual se vuelve conveniente para Detergentes Ltda. al producir productos que sean más ecológicos, los convertiría en una marca más deseada y recordada por el desarrollo de procesos y dinámicos orientados en salvaguardar el contorno ambiental, además de minimizar la contaminación generada por la empresa.

✓ **A qué se quiere llegar con el plan.**

De igual forma, Detergentes Ltda. debe garantizar transparencia en todas las actividades a través del buen uso y origen de los recursos con la aplicación de este plan, además de la veracidad de la información y cumplimiento de requisitos mediante la renovación del permiso

de emisiones en los cuales garantice que reduce los límites de materiales particulados a los que expone a sus trabajadores.

También es importante, gestionar de forma sostenible traducido a generar una reducción de precio al consumidor para lo cual se debería mediante una reducción de costos, por ejemplo, reducir el uso de energía en algunos procesos, sino que también permite ahorrar al consumidor.

Transformar ideas y desarrollar productos que ayuden a las personas a adaptarse, suministrando productos que ayudan al cuidado personal y la limpieza del hogar, mejorando la calidad de vida al prevenir infecciones peligrosas al mejorar los hábitos de higiene.

2. Código de Conducta

2.1 Modelo gerencial kaizen – mejoramiento continuo

Este modelo proviene de la gerencia japonesa trabajando 3 niveles de calidad: mantenimiento de procesos, mejoramiento e innovación, se caracteriza por involucrar a todo el personal que hace parte de la compañía recibiendo todo tipo de sugerencias y aportes con el fin de mejorar la productividad y minimizar costos.

Está enfocado en promover círculos de participación, además de impactar en los estándares de gestión y producción, generar valor, mejorar la competitividad y cumplir una función social optimizando las particularidades de vida de su cuerpo empresarial.

2.2 Guía e iniciativa mundial aplicada para la cimentación del código de conducta

De acuerdo con la Tabla 2, es posible observar la forma de aplicar un procedimiento de gestión de calidad (PGC), en la construcción del código de conducta, en el cual se describe la relación entre sus expectativas y las necesidades presentadas por los otros grupos de interés (Stakeholders) y los intereses de la empresa.

Tabla 2 - Guía aplicada para construir código de conducta

Stakeholders	Temas de responsabilidad social	Interés del Stakeholder	Interés de la empresa
Asociados	<ul style="list-style-type: none"> -Haberres de asociados. -Descubrimiento de indagación. -Constitución de la asamblea. -Auditorias, cálculos -Gratificación de los directivos. 	Rentabilidad suficiente	Seguridad, margen de acción.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> -Origen particular. -Demanda objetiva. -Preservas de tomas. -Responsabilidades a largo plazo. 	Recomendaciones a largo plazo, desembolso preciso, requerimientos de eficacia	Buena Calidad, exactos, objetivos, racionamiento asegurado.
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> -Bienes provechosos socialmente. -servicio seguro y confiable. -Investigación. -Difusión, marketing, evicción. -Reserva de la clientela. 	Buenas Característica, costes equitativos, contextos de atención inmediata.	Imagen buena de la compañía, utilidad apta.
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> -No distinción -Salud y seguridad -Itinerarios. -Regulación de disciplina. -Formación. -Infraestructuras. -Amparo social 	Ocupación segura, jornal adecuado, contribución, estabilidad en el trabajo.	Excelente tributo laboral, estimulación

Sociedad	-Ocupación preparación. -Transferencia de tecnología. -Instalaciones. -Impuestos -Competencia	Imperceptible sonido, ninguna emisión en el aire, generación de empleos, servicios sociales.	Buenas relaciones, buena aceptación de la empresa en el entorno social.
Jurisdicción	-Competitividad justa. -Pertenencia intelectual. -Inmoralidad	Empleo, impuestos, emisiones medio ambientales	Impuestos
Organizaciones medio ambientales	-Prevención de la contaminación y reciclaje.	Manejo integral de residuos peligrosos- hospitalarios	Buenas relaciones

Fuente: (Benavides, 2016)

2.3 Código de Conducta Detergentes Ltda.

Los empleados de Detergentes Ltda, deben contribuir con el éxito y con su reputación, depende de todos sus colaboradores, de las decisiones y de los actos que se realicen pues todos son garantes de efectuar con el Código de Conducta para Detergentes Ltda. y con la ley colombiana.

Por eso con la aplicación de este código de conducta se establece la responsabilidad de todos:

- ✓ Cumplir con la legislación vigente en el país
- ✓ Conocer, comprender y cumplir con nuestro código de conducta donde quiere que nos encontremos
- ✓ Cumplir con la filosofía y políticas corporativas de Detergentes Ltda.
- ✓ Utilizar este código de conducta como una guía en la realización de actividades laborales, independientemente de cuál sea
- ✓ Participar en las actividades relacionadas con la ética

- ✓ Solicitar opiniones o consejos cuando se tengan inquietudes acerca del Código de Conducta o alguna ley vigente
- ✓ Informar acerca de posibles incumplimientos a nuestro Código de Conducta, a la filosofía, políticas corporativas o legislación vigente.

De igual forma, los Directivos de Detergentes Ltda. tienen como responsabilidad también:

- ✓ Promover siempre una cultura ética
- ✓ Promover el cumplimiento de nuestro Código de Conducta
- ✓ Liderar a través del ejemplo, siendo modelo de conductas adecuadas y acordes con nuestros valores y código de conducta
- ✓ Asegurarse que las personas a su cargo comprenden y conocen sus responsabilidades en relación con el Código de Conducta
- ✓ Establecer un ambiente donde las personas se conciben placenteras al realizar preguntas éticas, así como responder de forma apropiada a los colaboradores
- ✓ Actuar de forma oportuna para impedir incumplimientos del Código de Conducta y de la legislación vigente
- ✓ No inducir o dar órdenes para lograr resultados infringiendo alguna norma o el Código de Conducta

CON NUESTROS CLIENTES/CONSUMIDORES

Para garantizar una buena atención y ofrecer productos de calidad para cada uno de nuestros clientes, es necesario:

- ✓ Esforzarse para no solo conocer sino también comprender sus necesidades
- ✓ Cumplir y superar las expectativas de nuestros consumidores

- ✓ Transmitir no solo responsabilidad y respeto al momento de atender sino hacerlo de una manera profesional
- ✓ Facilitar la información requerida de una forma precisa, completa y comprensible
- ✓ Cumplir con los acuerdos o compromisos pactados, teniendo en cuenta los tiempos establecidos en los procesos que intervengan para evitar incumplimientos
- ✓ Tratar a todos los clientes con respeto y honestidad sin discriminación alguna
- ✓ Actuar de forma profesional, aplicando todos los procedimientos establecidos en cada caso

De igual forma, los datos personales de nuestros clientes deben protegerse y ser tratados de manera confidencial, para ello se debe:

- ✓ Conocer y cumplir las normas y procedimientos de seguridad para información de clientes, la cual tiene carácter confidencial
- ✓ Aplicar las medidas necesarias para evitar el acceso indebido a este tipo de información

CON NOSOTROS MISMOS

Se tiene como prioridad conservar el lugar donde nos desempeñamos de confianza y sano, para ello se requiere:

- ✓ Conocer y cumplir con las normas de salud y seguridad vigentes, así como las políticas y planes de prevención para cada una de las áreas
- ✓ Informar de inmediato al observar condiciones o conductas inseguras o poco recomendables
- ✓ En cada área se deben cumplir con la normatividad vigente y debe existir un responsable quien haga cumplir dicha normatividad

- ✓ Cuidar por nuestra oportuna solidez y salubridad y por la de los compañeros.
- ✓ Compromiso por mantener nuestro lugar de trabajo libre de alcohol y/o sustancias alucinógenas

Para crear un ambiente laboral digno para todos que sea inclusivo y respetuoso, todos los colaboradores deben denunciar las situaciones de abuso o discriminación que conozcan, pero también es importante:

- ✓ Tratarlos entre todos con dignidad y respeto
- ✓ Comportarnos de forma adecuada y profesional en todos los eventos empresariales realizados dentro y fuera de la empresa
- ✓ No tolerar conductas verbales o físicas que atenten contra un compañero

En relación con el desarrollo profesional dentro de Detergentes Ltda., donde las promociones y reconocimientos son posterior a la realización de evaluaciones de desempeño y conocimiento, además implica:

- ✓ La realización de las evaluaciones de desempeño es considerada una oportunidad al establecer retos de desarrollo profesional
- ✓ Participar de manera activa en planes de formación para actualizar conocimientos necesarios en el lugar de trabajo
- ✓ Apoyar la igualdad de oportunidades sin discriminación en los distintos procesos de selección
- ✓ Las personas involucradas en los procesos de selección deben ser imparciales al momento de tomar decisiones además manejar toda la información de manera confidencial

Con el fin de realizar de forma eficaz nuestras labores, es necesario cuidar y proteger todos los elementos que nos ayudan a cumplirlas:

- ✓ Se debe utilizar de forma apropiada los recursos suministrados para desempeñar nuestras actividades
- ✓ Respetar la propiedad intelectual de la compañía
- ✓ Proteger y preservar todos los datos y materiales que puedan ser usados de manera inadecuada por parte de terceros perjudicando en alguna manera la compañía
- ✓ Las contraseñas y claves son de uso personal e intransferible
- ✓ Utilizar los canales de comunicación permitidos por la compañía

En cuanto a los conflictos de Interés, los cuales afectan el desarrollo de las actividades y no es posible garantizar equidad y transparencia, se resalta:

- ✓ Las donaciones por parte de la empresa son gestionadas únicamente por el área comercial
- ✓ Los regalos recibidos no deben afectar los intereses de la compañía ni tampoco su imagen

CON NUESTRO APORTE A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Para contribuir con el ambiente dado el compromiso de Responsabilidad Social que permita aportar a crear una sociedad más sostenible, es importante involucrarse con la comunidad y el entorno de Detergentes Ltda. para contribuir con iniciativas que optimicen la eficacia en la vida:

- ✓ Ayudar a nuestros colaboradores en la adopción de hábitos saludables, mediante un entorno laboral seguro y saludable

- ✓ Implementar procesos eficientes que minimicen los riesgos para los colaboradores y eviten reproceso
- ✓ Contribuir en la reducción de Vapores de Resultado Invernáculo con la fabricación de productos lavar la ropa más concentrados (Líquido y Polvo), con los cuales se requiera disminuir los recursos usados en la fabricación además que requieran menos consumo de agua al momento de usarlos
- ✓ Usar vehículos de emisiones bajas para la distribución de productos
- ✓ Los empaques de los distintos productos deben tener materiales ligeros, con los cuales se pueda solicitar diseños óptimos al mismo tiempo eliminar plásticos innecesarios.

Este Código de Conducta es una fórmula de los bienes y servicios colectivos actuales en la empresa **Detergentes Ltda.** La grafía y el ánimo del código reflejan las habilidades de la asociación y las medidas que rigen regularmente el lapso profesional.

En este se narran y exponen las reglas y los equánimes que manifiestan la responsabilidad de actuar de forma comprometida, moral y reglamentaria, a continuación, se exponen algunos aspectos relevantes a tener en cuenta en el Código de Conducta:

CONFLICTOS DE INTERÉS

- ✓ Está prohibido a los colaboradores de **Detergentes Ltda.** recibir beneficios comerciales de proveedores, contratistas y demás organizaciones o instituciones similares que suministren artículos o materias primas, estas ayudas existirán regularizadas por medio de la junta directiva Corporativa con el fin de que las ayudas se intercambien en manera ordenada en la disposición.

- ✓ Correspondemos dirigir las diplomacias con los empresarios y los provisos en forma certera y sensata, autónomo de apuros de beneficios y de alianza con las únicas legislaciones adaptables y la experiencia de humanos mercados productivos.
- ✓ La elección de contratistas y provisos se realiza de convenio a una cordura neutral que contiene disposición, perfección técnica, coste, transmisión, consecución con los itinerarios, gracias, y sostenimiento de principios apropiados de abastecimientos.
- ✓ Los fallos de adquisición existirán de contrato con el contenido del veedor para compensar de nosotros demandas y no se afirman en amistades propias o en afecto.
- ✓ Ningún empleado de **Detergentes Ltda.** se encuentra autorizado para representarla en relaciones comerciales en que se genere algún beneficio personal, ya sea de forma, directa o indirecta.

En Detergentes Ltda. lo relacionado en la toma de decisiones se encuentra fundamentada en criterios profesionales y objetivos, asegurando que los niveles de jerarquía no sean utilizados para obtener beneficios a índole personal.

FAVORES COMERCIALES

- ✓ Los colaboradores de **Detergentes Ltda.** no pueden admitir regalos, auxilios, servicios, diversión o títulos de valor si estos pueden intervenir en acciones o medidas que afectan a **Detergentes Ltda.**
- ✓ Se impide rigurosamente coger dinero, bienes o títulos de valor para intervenir la razón o el juicio que utiliza **Detergentes Ltda.** para tomar fallos sobre algún consumidor, veedor, cliente, o cualquier otra persona.
- ✓ Es posible que el personal que se encuentre implicado en la gestión de la compra, o que participen de manera directa o indirectamente en la selección de proveedores, mantengan intereses económicos particulares para obtener beneficios a índole personal

por ser colaborador de **Detergentes Ltda.** En estos casos, cuando la participación sea relevante (al 5% del capital social) tal circunstancia debe ponerse de manifiesto al Responsable de Compras, y deben extremarse las medidas de transparencia.

- ✓ En aquellos casos en donde los empleados acepten algún tipo de regalo o invitación (que solo podrá ser de tipo publicitario de bajo costo, comidas de trabajo o invitaciones análogas), o en aquellos en que se tengan dudas sobre lo adecuado que resulta su aceptación, deberá ser comunicado al superior jerárquico que corresponda.

CONTRAVENCIONES

- ✓ **Detergentes Ltda.** se ha delicados a conservar un mando moral y reglamentario que practique con las constituciones y órdenes notables y a reprender los malos ejercicios en el que se acontezcan.
- ✓ Todos los colaboradores tienen el compromiso personal de conseguir cuales quiera diligencia de un copartícipe, empresario o mancomunado, que opere de un modo inadecuado que puedan quebrantar las regímenes, las instrucciones, los modelos de legitimación, o esta Recopilación.
- ✓ Si se obtiene un argumento que logre situar a la distribución en un alto peligro de incumplimiento o que esté afín con un fondo serio de practica indebida, desviación de productos o con la firmeza de los similares y si el sujeto que inventó la novedad no razona con el valor o la solicitud aplicada, la persona debe lograr este fondo a Directores que se hallen en iguales o más altos internamente en la Organización.

TEMAS INFORMÁTICOS

- ✓ Gran parte de la información corporativa se genera y se almacena en nuestros sistemas de computadoras, por lo tanto, es esencial que todos los miembros de **Detergentes**

Ltda., protejan nuestro sistema informático en cuanto al almacenamiento de la información en los monitores impidiendo participar contraseñas, examinando y efectuando con los estatutos y las instrucciones de seguridad establecidos.

- ✓ Todos los sistemas de comunicación, incluyendo los correos electrónicos, acceso a Internet, líneas de comunicación, son propiedad de **Detergentes Ltda.** y se convienen manejar fundamentalmente para la realización efectiva de las labores dentro de la compañía y en pro del cliente, de acuerdo con los reglamentos y las normas para temas relacionados con las comunicaciones electrónicas.
- ✓ Los colaboradores de **Detergentes Ltda.** no pueden utilizar canales de comunicación interna o acceso al Internet con el fin de transmitir, obtener o distribuir material amenazante, noticias falsas o archivos malicioso; al igual que material obsceno; o cualquier artículo que constituya o promueva una ofensa para la integridad de las demás personas, que ocasione alguna violación de una ley.
- ✓ Los canales de comunicación establecidos por **Detergentes Ltda.** no deben utilizarse para enviar cadenas de información, mensajes personales o documentos confidenciales cuya reproducción no haya sido autorizada por los directivos de la compañía.
- ✓ Los empleados que abusen del sistema de comunicación o los usen excesivamente para propósitos laborales en **Detergentes Ltda.** pueden perder su vinculación a compañía y estar sujetos a la aplicación de medidas disciplinarias.

SEGURIDAD E HIGIENE EN LA ZONA DE TRABAJO

- ✓ La compañía está implicada en ofrecer a sus colaboradores un contexto de trabajo sano y convincente, independiente de todo riesgo examinado. Corresponemos a desempeñar todas las pautas y prácticas de seguridad y adjudicarse compromiso por

tomar las previsiones necesarias para salvaguardar a nuestros asociados y a nosotros mismos.

- ✓ En **Detergentes Ltda.** estamos comprometidos en mantener un ambiente laboral libre de drogas y sustancias tóxicas.
- ✓ El uso ilegal de drogas está estrictamente prohibido **Detergentes Ltda.** procederá, frente a los colaboradores dudosos de hallar bajo el dominio de sustancias narcóticas ilegales, a ejecutar ensayos para evidenciar el uso de ellas.
- ✓ El no permitir la prueba, es motivo para ser despedido o desvinculado de la Organización. Por esta razón, usted no puede tener, distribuir, vender, utilizar o encontrarse bajo la influencia de drogas ilícitas mientras se encuentre al servicio de **Detergentes Ltda.**
- ✓ Los hechos vehementes o impetuosos de violencia por parte de un presidente, accionista o empleado contra otro ente o su rama o propiedad son inadmisibles y establecen productor de disolución o destitución contiguo.
- ✓ **Detergentes Ltda.** avanza con proyectos que comprenden la dirección climática de los procesos desarrollados en sus entradas y salidas con el rastreo a ingredientes primos y proveedores, utilización de patrimonios, transmisiones, restos peligrosos, reciclables y comunes, agua esterilizada, derramamientos, disposición del aire e higiene.
- ✓ **Detergentes Ltda.** interactúa invariablemente con sus conjuntos de utilidad, participantes, consignatarios, distribuidores, sujetos de inspección son copartícipes por medio de proyectos de cultura, acciones e interposiciones circunstanciales.

MECANISMOS DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- ✓ **Detergentes Ltda.** se compromete a realizar una serie de elementos que permitan conocer la disposición de conocimiento y de apropiación del Código de conducta y a establecer espacios de discusión y concertación sobre temas concernientes al mismo, que se estén presentando al interior de la organización.
- ✓ Los elementos de seguimiento serán los siguientes:
- ✓ Mesas de Diálogo: Anualmente se realizará una reunión de discusión pública, donde participarán representantes de la Alta Dirección y funcionarios de las diferentes dependencias, para generar espacios de diálogo y concertación sobre temas éticos. La Coordinación, organización y conclusiones de dicha reunión, estará a cargo del comité de ética.
- ✓ Encuestas: Se realizará con el fin de establecer que tanto el funcionario tiene el conocimiento y adaptación del Código de conducta se hará como mínimo una vez al año. Con el resultado servirá para analizar si está siendo bien divulgado a cada uno y emplear mecanismos de mejoramiento para su cumplimiento.

DE LA ADOPCIÓN, LA VIGENCIA, SU DIVULGACIÓN Y POR ENDE LA REFORMA DEL CÓDIGO DE CONDUCTA

- ✓ Se establece como Vigencia del Código de conducta

Entrará en vigor a partir de su aprobación del Gerente o quien haga sus veces.

- ✓ Divulgación del Código de conducta

Este será difundido a cada uno de los miembros de la organización, la difusión estará a cargo del área de personal y de comunicaciones y hará parte de los procesos de inducción y reinducción.

El representante Legal y Junta Directiva de la Organización **Detergentes Ltda.**, con el propósito de implementar procesos y procedimientos que contribuyan en el cumplimiento de los objetivos empresariales y a las metas propuestas y con el ánimo de resaltar y promover la aplicación de principios éticos y valores en cada uno de los aspectos que desarrolla la organización, expide el presente código de conducta acorde a la políticas de **Detergentes Ltda.**, como un instrumento normativo de comportamiento que tiene aplicación tanto a nivel interno como en el entorno; de cara a la competitividad de **Detergentes Ltda.** en el desarrollo de su actividad económica con enfoque de producción, buscando fortalecer la comercialización y exportación de los productos que actualmente desarrolla, encaminado a generar confianza, continuidad y permanencia en el mercado.

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

Es importante tener en cuenta que existen proyectos que requieren financiación externa, por tal razón no debe llevarse a cabo sin antes establecer un presupuesto con cada una de las actividades necesarias para su ejecución, al garantizar los recursos financieros para este código de conducta resulta más factible minimizar riesgos por un fracaso que implique perdidas para Detergentes Ltda.

Es por esos que en (FAO, s.f.) se establece que *“cuando un proyecto se financia con un crédito, el fracaso puede dejar a un grupo o comunidad en deuda, sin posibilidad alguna de pagarla (probablemente esto restringirá su acceso a financiamiento en el futuro)”*.

Inversión Inicial			
Inversiones	Rubros de Inversiones	Inversión desagregada	Inversiones Parciales
		Muebles, enseres y equipos de oficina	755.350
	Total Inversión Tangible		755.350
	Inversión Intangible	Gastos de Organización	1.025.000
		Gasto de Constitución	3.550.400
		Gastos en Capacitación	2.850.200
	Total Capital de Trabajo		7.425.600
Total Inversión Inicial			8.180.950

Ilustración 1 - Inversión Código de Conducta

Fuente: Elaboración Propia

Para la decisión del planteamiento de solución al problema basado en el código de ética de la empresa, como primera medida se decide bajar los costos al producto que estamos realizando buscando otros y utilizar recursos renovables y reembolsar los empaques por ejemplo; reduciendo al máximo todos los costos, esto nos dará la pauta para hacer un excelente código de responsabilidad social empresarial, no solo aplicar el código de ética y conducta sino un todo con el planteamiento de responsabilidad social empresarial.

Actividad	Proveedor	Horas	Costo por hora	Costo Total
Formación del comité líder	Interno	10	80.000	800.000
Revisión del plan estratégico	Interno	15	50.000	750.000
Capacitación tema teórico	Externo	8	90.000	720.000
Elaboración del borrador del Código	Interno	40	70.000	2.800.000
Revisión del Código	Externo	16	60.000	960.000
Aprobación del código	Interno	8	90.000	720.000
Lanzamiento y entrega del código	Interno	10	50.000	500.000
Video Institucional	Externo	1	1.000.000	1.000.000
Códigos de ética Impresos	Externo	200	10.000	2.000.000
Publicidad	Externo	6	100.000	600.000
Invitaciones al lanzamiento	Externo	100	5.000	500.000
Reunión de motivación	Interno	4	150.000	600.000
Afiches	Externo	6	50.000	300.000
Banner	Externo	1	150.000	150.000
Galería de fotos	Externo	1	50.000	50.000
Refrigerio	Externo	250	3.000	750.000
Total				13.200.000

Ilustración 2 - Actividades Inversión Código de Conducta

Fuente: Elaboración Propia

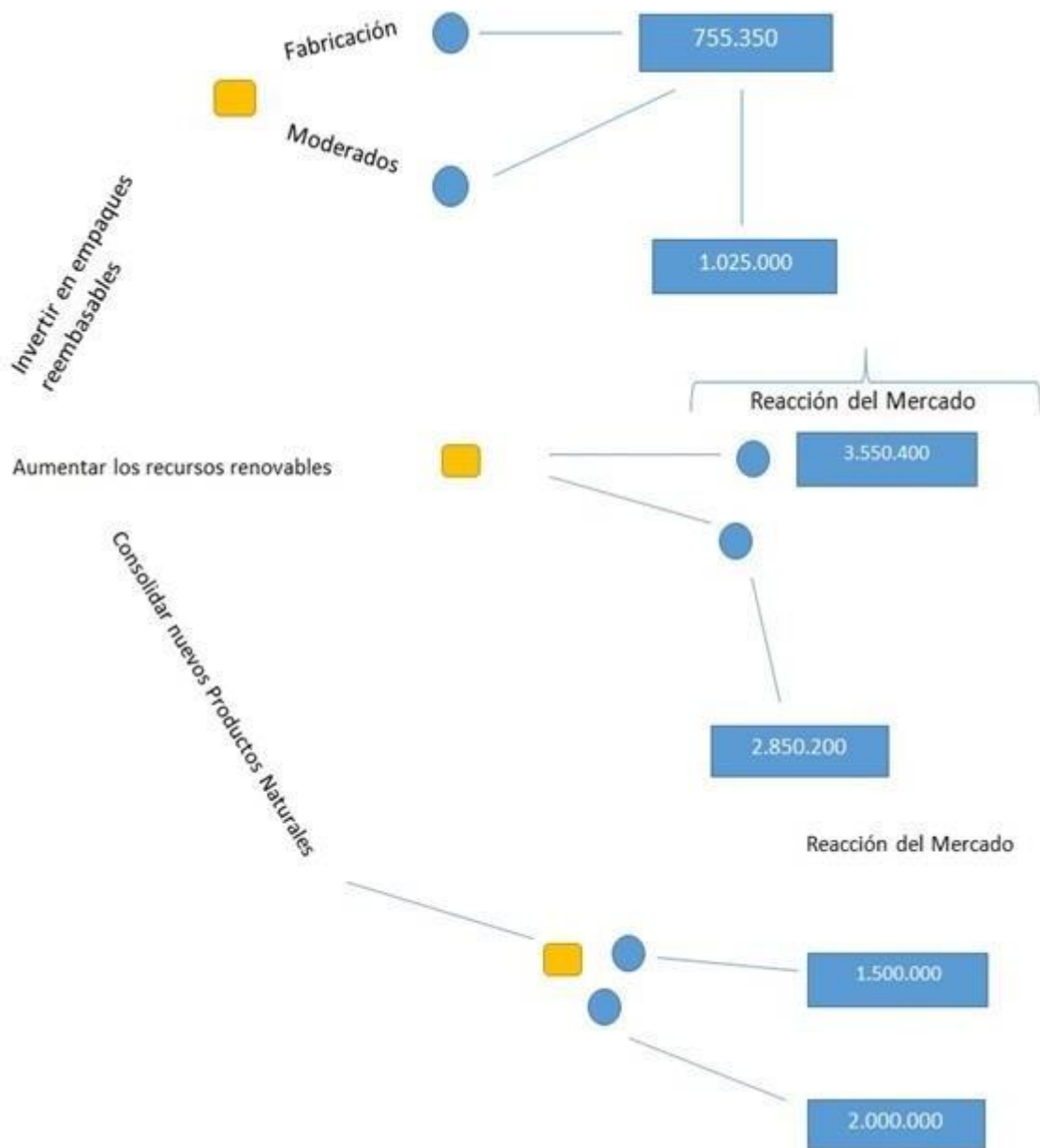


Ilustración 3 – Importancia relativa de Factores Financieros
 Fuente: Elaboración propia

3. Stakeholders

Para entender este concepto en (Club Ensayos, 2012) se presenta como “un término inglés utilizado por primera vez por Edward Freeman en su obra "Strategic Management: A

Stakeholder Approach" (Pitman, 1984), para referirse a quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa. Estos grupos o individuos son los públicos o el entorno interesado que, según Freeman, deben ser considerados como un elemento esencial en la plataforma estratégica de los negocios”.

De igual forma, en (ABC del Emprendedor, 2017) se muestra que *“Las relaciones con los grupos de interés (Stakeholders) suponen para la empresa un intangible, un recurso socialmente complejo que debe reforzar la habilidad de la empresa para superar a sus competidores en términos de creación de valor a largo plazo.*

Según la Perspectiva de Valor del Stakeholders, de Edward Freeman, el propósito real de toda empresa es servir como vehículo de coordinación de los intereses de los Stakeholders. Desde este punto de vista, el Análisis del Stakeholders es un fin en sí mismo. Pero aun cuando se tome una perspectiva de valor del accionista, el análisis de los Stakeholders es de suma importancia para poder alcanzar el propósito corporativo. El papel de la administración es formular y poner en marcha estrategias y tomar las decisiones que satisfagan a todos o a la mayor parte de los Stakeholders”.

3.1 Descripción de los Stakeholders para Detergentes Ltda.

Al realizar este trabajo para Detergentes Ltda. y en este mapa genérico se identifica la estructura de Stakeholders. Por lo cual, es posible escoger un consolidado para la matriz de Mapa genérico de Stakeholders incluyendo un factor externo como lo es, el medio ambiente al considerarse uno de los factores más importantes a relacionar debido al sector en el que se ubica esta empresa.



Ilustración 4 - Mapa genérico Stakeholders

Fuente: Elaboración Propia

Es importante tener en cuenta que Detergentes Ltda. debe considerarse un sistema, el cual cuenta con múltiples partes interesadas dado su línea de negocio además estar al tanto de su buen funcionamiento, pues de ella se benefician. Dentro de este mapa se ubican en la parte interna donde se exige la responsabilidad del buen gobierno, al Gerente y parte de la red de colaboradores necesarios para cumplir con los distintos procesos; por lo anterior, es primordial contar en Detergentes Ltda. con directivos que busquen satisfacer las expectativas de los demás grupos de partes interesadas; especialmente al tener que enfrentarse a rápidos cambios en las estructuras del mercado, las necesidades de los clientes, las tecnologías y los valores de la sociedad; sin dejar por fuera al medio ambiente con el cual es necesarios generar compromisos que le permitan a la compañía alcanzar una gestión que deje su huella ambiental además si se aspira desarrollar un negocio sostenible como objetivo a largo plazo.

De esa forma, es posible establecer una organización de los grupos de partes interesadas involucrados en Detergentes Ltda. según su importancia:

- El primer lugar se ubican los **clientes** porque son quienes determinan directamente las ganancias dado que consumidores satisfechos aumentan los ingresos de la compañía por los niveles de compra que realizan en un periodo determinado por parte de Detergentes Ltda.; pues los beneficios que esperan obtener estas partes interesadas se centran en la calidad y el precio del producto.
- En relación con los **empleados** y **gerentes** de Detergentes Ltda., son considerados la segunda prioridad dado que su interés es radicado en su influencia directa en el desempeño de la organización en el sector industrial al que pertenece Detergentes Ltda. pues ellos están interesados en su desarrollo profesional además de las políticas actuales con las cuales Detergentes Ltda. espera que sus colaboradores logren un equilibrio entre la vida laboral y la personal que le ayuden a satisfacer sus necesidades.
- Los **propietarios** de Detergentes Ltda. se encontrarían en el tercer lugar, dado que este grupo de partes interesadas espera el desempeño y crecimiento de la compañía en su sector, representado en obtener mayores ingresos, más participación en el mercado y, por ende, más rentabilidad con ello, se aumenta la satisfacción y confianza por parte de los dueños pues quienes a través de su capital financian la compañía.
- Para Detergentes Ltda. es importante incluir como grupo de interés a los **proveedores**, pues su relación se basa en obtener negocios rentables con la empresa; también es importante porque puede afectar la capacidad comercial, en relación con la disponibilidad de materiales para sus líneas de producción.
- Detergentes Ltda. también cuenta con un grupo de interés correspondiente a **Acreedores** con los cuales tienen responsabilidades adquiridas con el fin de mantener el funcionamiento de la compañía a través de financiamiento externo.

- Los intereses de la **sociedad** incluyen el desarrollo de proyectos enfocados para la comunidad, dado que este tipo de acciones influye significativamente en cómo los consumidores perciben a Detergentes Ltda. dado que la compañía ganaría confianza positiva y una imagen favorable del consumidor a través de la participación de la comunidad contribuyendo con el cuidado del **medio ambiente** y con ello de los recursos naturales.
- Para el **gobierno** la relación que se tiene como grupo de intereses consiste en el cumplimiento de la ley, estas son acciones que tienen en cuenta el desarrollo de nuevos proyectos de inversión y que cumplan con los requerimientos que no afecten las normas medio ambientales. De igual forma, con la implementación de nuevas estrategias para propiciar y potenciar el sector industrial.

3.2 Matriz de influencia vs. impacto Stakeholders

La relación en los cuatro cuadrantes tiene un impacto significativo para profundizar en las relaciones que influyen y señalan una tendencia para tomar una decisión adecuada y precisa enfocada en los procesos o planes que se deban implementar, por medio de distintos análisis los directivos de Detergentes Ltda. tienen la facilidad de tomar decisiones que afectan no solo a los propietarios sino también a toda una sociedad que consume sus productos y de alguna manera dependen de esta.

Matriz de influencia/impacto

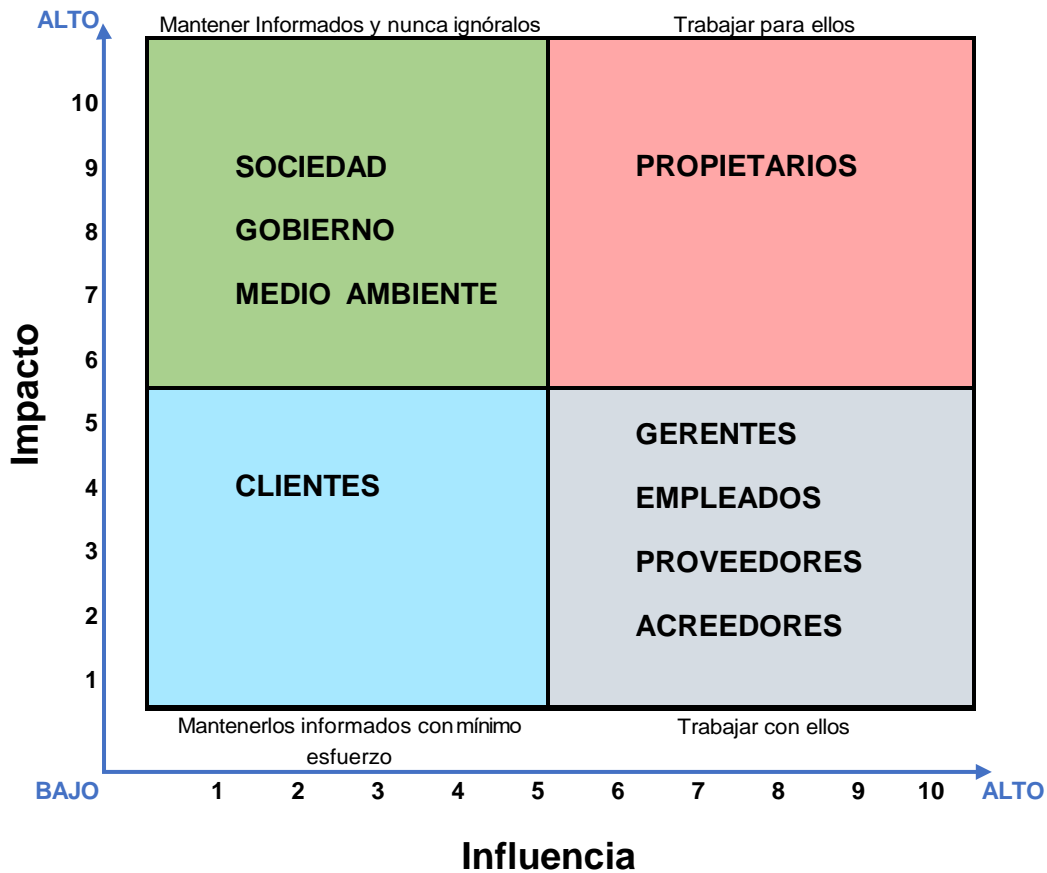


Ilustración 5 - Matriz de relaciones Impacto vs Impacto

Fuente: Elaboración Propia

De igual forma, es posible determinar que para Detergentes Ltda. los grupos de interés con los cuales debe trabajar de la mano son sus empleados, al necesitarlos para cumplir con todos los procesos de la compañía que afectan a demás grupos.

4. Plan de responsabilidad social empresarial para Detergentes Ltda.

En Detergentes Ltda. la Responsabilidad Social deben fijarse algunos compromisos reales y/o retos con los cuales sea posible establecer iniciativas que apoyen no solo su gestión, sino también lo concerniente al desarrollo sostenible, y de esa forma, pueda desarrollar sus

procesos de la mano de sus empleados, gerentes, propietarios, proveedores, acreedores, clientes, sociedad, gobierno y también del medio ambiente.

Una vez definidos los grupos de interés y analizadas sus expectativas, se proponen una serie de medidas que se sugiere debe adoptar Detergentes Ltda., seleccionando las que resulten más viables teniendo en cuenta sus características.

En el siguiente Plan de Responsabilidad Social Empresarial se establece una planificación estratégica junto con las actividades a realizar y el tiempo estimado en cada una de ellas.

Tabla 3 - Plan de responsabilidad social empresarial Detergentes Ltda.

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DETERGENTES LTDA.							
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económica	Sociedad Empleados Propietarios	Ayudar en el progreso de la particularidad de vida por la generación de empleos dignos	Campañas dentro de la comunidad con nuevas ofertas de trabajo	Cada mes (Con Plazas Disponibles)	* Área de Talento Humano * Instalaciones * Papelería * Bases de Datos	Cantidad de personas contratadas que pertenecen a la zona en relación con la cantidad actual de personal	Cada 2 meses realizar validación del indicador y difundir resultados en informes.
	Gobierno Medio Ambiente Acreedores Proveedores Propietarios	Contribuir con el incremento de la economía a través de las actividades de la empresa sin afectar los recursos naturales	Capacitaciones para los empleados con nuevos procesos donde se enseñe a disminuir el consumo de agua, energía y gas, además de disponer adecuadamente	Cada 2 meses (o con Cambios en Procesos)	* Material de capacitación * Personal * Instalaciones * Bases de Datos	* Cantidad de personas capacitadas frente al personal actual del área capacitada * Cantidad de	Cada 2 meses o con cambio en procesos se debe realizar validación del indicador y difundir resultados en informes e intranet.

			nte los residuos			residuos generados frente a meses anteriores	
			Adquisición de plantas, equipos y tecnología más amigable con el medio ambiente	Cada 2 meses (o con Cambios en Procesos)	* Financiero * Instalaciones * Personal * Bases de datos	* Consumo actual en relación con el consumo anterior	Con cada nueva adquisición realizar validación del indicador y difundir resultados en informes
	Accionistas	Reservar los recursos para generar un plan de responsabilidad social empresarial	Mejorar Continuamente nuestros productos y servicios para satisfacer completamente las necesidades de nuestros clientes	2 meses	Establecer el plan de RSE, permitiéndonos prosperar como empresa y proveer razonables dividendos a nuestros accionistas	Rentabilidad / Riesgo	Ejecución de investigaciones de bienestar con una regularidad bimensual. Digitación de las encuestas. Reproducción de estadísticas diagnósticas. Valoración y retroalimentación.
	Empleados	Fomentar el sentido de pertenencia en los empleados, para mejorar el clima organizacional.	*Realizar capacitaciones de retroalimentación de funciones. *Incentivar por medio de subsidios el crecimiento profesional, para efecto de ascensos o promociones. *Realizar encuestas de medición de satisfacción laboral. *Realizar actividades de crecimiento	6 meses y posterior evaluación	Profesionales idóneos para realizar las charlas y capacitar a los Empleados. Apoyo por parte de la caja de compensación para realizar actividades de integración. Utilización de equipos de cómputo, audio y video; alquiler de	Número de empleados satisfechos / número de empleados que renuncian	Realización de encuestas de satisfacción con una periodicidad trimestral. Tabulación de estas. Generación de reportes e informes. Evaluación y retroalimentación.

			personal e integración.		auditorios y papelería		
Social	Sociedad Empleados Gobierno	Desarrollar campañas para el fomento de la higiene personal y doméstica	Establecer campañas de salud en la comunidad y en instituciones educativas	Cada 2 meses	* Material de capacitación * Personal * Instalaciones * Bases de Datos	* Cantidad de personas capacitadas en relación habitantes comunidad	Cada 2 meses validación del indicador y dar resultados en intranet e informes
	Clientes Sociedad Gerentes Propietarios	Distribuir productos que ayuden al cuidado y la limpieza e innovar para satisfacer necesidades	Crear un grupo de mercado que investigue las tendencias actuales con el fin de diseñar nuevas propuestas y ser presentadas para su aprobación	Cada 6 meses o según se requiera	* Financiero * Instalaciones * Personal * Bases de datos *	* Propuestas presentadas frente a propuestas desarrolladas * Nuevos productos frente a cantidades compradas	Cada 6 meses y según los lanzamientos validar y dar resultados en informes y juntas o reuniones directivas
	Gerencia	Efectuar un esquema de limpieza y salud ocupacional	Originar un contexto de trabajo de seguro y sano que apruebe el avance de la calidad de subsistencia de nuestros colaboradores.	3 meses	Suministrar los elementos para el puesto de trabajo adecuados, acordes a los estándares de seguridad social y riesgo laboral	Capacitación / Horas Laboradas	Evaluación continua a los puestos de trabajo, implementos y otros elementos de alarma
	Comunidad	Programas de integración laboral, incorporación a la empresa de profesionales o estudiantes en práctica con la posibilidad	*Diseñar convocatorias abiertas para empleos operativos y administrativos *Establecer convenios o alianzas con entidades como el	6 meses	Material publicitario para divulgación de convocatorias. Personal capacitado para el manejo de convocator	Número de personas ingresadas / vinculaciones efectivas	Generación de reportes e informes bimestrales, sobre contratos de vinculación bajo esta modalidad.

		de vinculación permanente	SENA y Universidades, para que los estudiantes puedan realizar sus prácticas.		ias (Psicólogos, trabajadores sociales, entre otros).		Realización de estadísticas. Evaluación y retroalimentación.
Ambiental	Medio Ambiente Empleados Gerentes	Desarrollar procesos y actividades tendientes a proteger el medio ambiente, minimizando la contaminación generada por la empresa	Capacitaciones para los empleados con nuevos procesos donde se enseñe a disminuir el consumo de agua, energía y gas, además de disponer adecuadamente los residuos	Cada 2 meses (o con Cambios en Procesos)	* Material de capacitación * Personal * Instalaciones * Bases de Datos	* Cantidad de personas capacitadas frente al personal actual del área capacitada * Cantidad de residuos generados frente a meses anteriores	Cada 2 meses o con cambio en procesos se debe realizar validación del indicador y difundir resultados en informes e intranet.
		Apoyar a organizaciones cuyas actividades se enfocan en preservar el medio ambiente	Establecer campañas de limpieza en la comunidad en compañía de los empleados	Cada 6 meses	* Material de capacitación * Personal * Instalaciones * Bases de Datos	* Cantidad de personas capacitadas en relación habitantes comunidad	Cada 6 meses validación del indicador y dar resultados en intranet e informes
	Comunidad	Implementar el uso de empaques reciclables y crear como en los supermercados dispensadores donde puedas obtener los productos con tus propios embaces sin necesidad de comprar	Con los proveedores tratar de recíproco acatamiento y ayudas compartidas. y reflexionar a los clientes ya sean externos o subjetivos, como lo más sustancial, Satisfacción al cliente y en la comercializa	6 meses	Disponer de espacios en los almacenes distribuidores para colocar embaces grandes embotelladoras autoservicio que se cobran por peso.	Participantes / Capacitados	Realizar el seguimiento a los distribuidores para su completa satisfacción Encuesta a los clientes para los resultados de la búsqueda de mejorar el reciclaje y el medio ambiente.

		otros empaques	ción de nuestros productos y servicios.				
	Empleados y comunidad	Mitigar los impactos ambientales generados por DETERGENTES LTDA., velando por el cuidado del medio ambiente.	Implementar por medio de sensores el ahorro de energía eléctrica. Disminuir el consumo de agua, por medio de la utilización de dispositivos ahorradores. Utilizar equipos de última tecnología y así disminuir la generación de residuos peligrosos. Reducir el uso de papel para la entrega de resultados, y en su defecto utilizar medios electrónicos. Implementar campañas de siembra de árboles.	Mensual	Adquisición de equipos de última generación Compra de dispositivos ahorradores de energía y agua Capacitación al personal encargado del manejo de residuos sólidos. Charlas con la comunidad para hacerlos partícipes en programas de siembra y reforestación	Inversión en compra de equipos y dispositivos / gasto de servicios públicos + costo recolección residuos sólidos	Verificación de la reducción del gasto de servicios públicos. Control de la generación de residuos sólidos

Fuente: investigación de Campo año 2019

4.1 Plan de comunicaciones para Detergentes Ltda.

Para Detergentes Ltda. Resulta importante implementar un plan de comunicaciones no solamente con sus clientes, proveedores y empleados sino con todos sus grupos de interés,

con el fin de demostrar su compromiso con el fortalecimiento de las relaciones a partir del diálogo y la colaboración.

Tabla 4. - Plan de comunicaciones

Plan de comunicaciones - Detergentes Ltda.		
Stakeholders	Frecuencia	Medio
Empleados	Semanal	Intranet
	Mensual	Actas de reunión
	Semanal	Correo Institucional
	Mensual, Trimestral	Informes de resultados
	Semanal	Comunicados Internos
Gerentes	Anual	Informe de Gestión
	Mensual, Trimestral	Informes de resultados
	Semanal	Comunicados Internos
	Semanal	Intranet
	Anual	Correo Institucional Informe de Gestión
Propietarios	Mensual, Trimestral	Informes de resultados
	Mensual, Trimestral	Reuniones Directivas
	Semanal	Comunicados Internos
	Semanal	Correo Institucional
	Anual	Informe de Gestión
Acreedores	Mensual, Trimestral	Informes de resultados
	Mensual, Trimestral	Comunicados Externos
	Anual	Informe de Gestión
Proveedores	Mensual, Trimestral	Comunicados Externos
	Anual	Informe de Gestión
Gobierno	Mensual, Trimestral	Comunicados Externos
	Anual	Informe de Gestión
Medio Ambiente (ONG, Ambientalistas)	Mensual, Trimestral	Comunicados Externos
	Anual	Informe de Gestión
		Redes sociales
Sociedad	Mensual, Trimestral	Comunicados Externos
	Anual	Redes Sociales

		Actas de reuniones Informe de Gestión
--	--	--

Fuente: investigación de Campo año 2019

4.2 Modelo de Informe RSE mediante la Norma ISO. 26000

Para iniciar, es oportuno resaltar que la Responsabilidad Social puede ser implementada por cualquier tipo de empresa, tamaño y sector productivo, como lo demuestran García, Palacios, & Espasandin (2014), al afirmar que es simplemente una forma de poder demostrar el actuar bien de una organización frente a la sociedad a través de principios éticos como morales, basado en los valores de su cultura corporativa y el compromiso con la comunidad.

En este sentido, la globalización ha incrementado la exigencia social de un comportamiento responsable por parte de las organizaciones, de manera tal que debe haber un compromiso con el entorno en el cual ejecutan su actividad dado a que no es suficiente generar altas ganancias o tener una buena posición frente a los mercados, sino que por el contrario, se debe implementar una nueva forma de gestión en donde los directivos reconozcan que el mundo ha cambiado, especialmente en la forma de hacer negocios (Pareja, 2013). Por lo anterior, Navarro (2008) destaca que importantes compañías de clase mundial reconocen a la Responsabilidad Social como un elemento estratégico distintivo que puede brindar ventajas competitivas en las actuales condiciones del mercado, situación que permite aprovechar en mejor forma las diversas oportunidades para así alcanzar solidez en el largo plazo de los proyectos empresariales.

Ahora bien, hay que tener presente que la actuación social de la empresa puede provocar un efecto distinto sobre diferentes aspectos de su actividad económica, generando un impacto directo positivo en la productividad, como abriendo una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social que incrementa su nivel de competitividad. Desde la óptica de Kraft (1991) y de Navarro (2008), se evidencia la poca importancia que le dan las empresas al concepto de Responsabilidad Social en la toma de decisiones, un cuestionamiento paradójico debido a que esta herramienta posibilita la generación de valor en cada uno de los niveles de la organización, tales como la optimización de los procesos internos de la dirección, imagen corporativa, eficiencia como eficacia en el incremento de la productividad y lealtad de marca entre otros factores que imprimen la diferencia en el mercado actual. Con base en lo anterior, se concluye que realizar acciones socialmente responsables, es sin lugar a dudas una estrategia que mejora en todos los sentidos los resultados de una organización, incrementando no solamente sus utilidades, por lo que la idea que sustenta este concepto de Responsabilidad Social según Angel (2010), se refiere al compromiso que se tiene con el entorno en el que desarrolla sus actividades, ya sea como institución económica particular o como el conjunto de individuos que la integran a partir de sus valores y criterios que rigen su operar. Por lo anterior, es sumamente importante.

Toda vez que Detergentes Ltda. Pertenece al sector de la producción con fines en productos de consumo de aseo y como compromiso de responsabilidad social debe buscar de manera voluntaria, la implantación de la Norma ISO 26000 fundada en responsabilidad social, ya que ésta le brinda la oportunidad de mantener estándares de calidad de su producto pensando en el satisfacción del cliente, el bienestar de sus empleados, la responsabilidad con el medio ambiente y su entorno, tal y como lo manifiesta en su objeto.

La Medida siembra un intelecto frecuente con el gobierno y las organizaciones en el ámbito de la responsabilidad social, y posee por esencia auxiliar a estas últimas a asistir con el

progreso sostenible, más allá del cumplimiento de la ley. La Norma escudriña y rige a todo tipo de empresa para que manobre de un carácter socialmente comprometido, suministrando líneas para que la ordenación realice en su ejercicio e internamente en su círculo de autoridad, conservando una plática con sus conjuntos de interés.

Después de haber investigado sobre los diferentes instrumentos para la presentación de informes de Gestión y luego de haber trabajado en el proceso de creación del plan de responsabilidad social empresarial que se ha diseñado para la Empresa Detergentes Ltda., se considera pertinente la adopción de la Norma ISO 26000, para presentar los informes de gestión, ya que esta proporciona excelentes resultados en las empresas colombianas, en especial las del sector productos de aseo, jugando un papel importante sobre los factores social y ambiental.

Principios Fundamentales:

Examina la presencia de diferentes nociones de compromiso social, la norma instituye que se corresponden admirar como imperceptible los siguientes siete elementos:

- Acato de cuentas - Nitidez
- Conducta moralista
- Obediencia a las utilidades y enfoques de los conjuntos de interés
- Sometimiento a la justicia
- Sumisión a la formal mundial de actuación
- Respeto a los haberes humanos

I. Gobernanza de la organización

Es el método por el cual una estructura toma y realiza fallos con el fin de conseguir sus proyectos. Es el elemento más significativo para constituir la responsabilidad social y para formar viable para que una organización se garantice de las huellas de sus medidas y acciones.

II. Derechos humanos

Los Estados tienen la obligación y responsabilidad de honrar, resguardar, desempeñar y hacer practicar los derechos humanos. Una organización goza de la responsabilidad de querer los derechos humanos, inclusive dentro del círculo de su influencia. De igual manera, las organizaciones tienen la responsabilidad de practicar la convenida celeridad con el fin de nivelar, advertir y afrontar las señales serias o permitidas sobre los derechos humanos.

III. Prácticas laborales.

En habitual, se realizan representaciones en componente de:

- Responsabilidad y trabajos laborales
- Contextos de labor y protección social
- Plática social
- Salud y seguridad ocupacional
- Progreso humano y alineación en la zona de trabajo

IV. Medio ambiente.

La Norma define el medio ambiente como el entorno natural en el cual una organización opera, incluyendo el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos, el espacio exterior y sus interrelaciones. Las decisiones y 49 actividades de las organizaciones invariablemente generan un impacto en el medio ambiente, independientemente donde se ubiquen.

V. Prácticas justas de operación

En el plano de compromiso social, las inteligentes luchas de manipulación se cuentan al modo en que una organización esgrime su analogía con otras organizaciones para comenzar consecuencias positivas. Es decir frecuentemente, se ejecutan encomiendas en reciprocidad con:

- Anticorrupción
- Colaboración política responsable
- Aptitud justa
- Impulso de la responsabilidad social en el enlace de valor; y,
- Obediencia a las herencias de pertenencia

VI. Cuestiones de consumidores

La Norma concreta al comprador como un órgano propio del público general que adquiere o maneja participación, mercados o servicios para intenciones privados. Las organizaciones poseen proporciones significativas para asistir a la utilización y al avance sostenible, por medio de los productos y servicios que brindan y la búsqueda que suministran, contenida la investigación sobre su adecuada utilización, resarcimiento y práctica final.

5. Conclusiones

La responsabilidad social empresarial, más que una buena práctica organizacional se ha convertido en un pilar de las empresas que en esencia han decidido apostarle a ser responsables social, económica y ambientalmente; este no es un camino fácil y requiere de esfuerzos y dedicaciones adicionales, pero sin lugar a duda, se compensa con los resultados reflejados en el bienestar de la sociedad y del entorno.

Las empresas en la actualidad están sujetas a una serie de retos que les obligan a establecer una ventaja competitiva que las hacen únicas y marcan la diferencia a través del tiempo; siendo responsables y dinámicas, aplicando como objetivo la gerencia estratégica y la responsabilidad social y actuando con principios de innovación y mejora continua. En este sentido, es primordial establecer un plan de responsabilidad social empresarial que pueda trazar el rumbo hacia la consolidación como una empresa que actúa acorde a las exigencias del mundo y en favor de sus diferentes grupos de interés.

En este sentido, también se hace necesario establecer un código de conducta en el que se visualicen los comportamientos deseables y prohibidos bajo los cuales se guían sus actuaciones en la organización, como un marco rector en sus procedimientos y en sus relaciones con sus diferentes Stakeholders; donde su principal objetivo es establecer valores, normas y principios éticos acordes a las pretensiones definidas por la organización, que rigen el comportamiento y las relaciones de los integrantes directos e indirectos, así como las actividades que desarrolla la empresa. Sin embargo, un código de conducta por sí mismo no es eficaz, debe ser complemento de un conjunto de componentes éticos existente en cada empresa.

Al establecer un Plan de Responsabilidad Social en una organización, es necesario plantear objetivos que impliquen de forma directa o indirecta a todos sus grupos de interés, dado que al establecer estrategias que ayuden en mejorar el ambiente de los distintos equipos de trabajo y con ello se incremente el sentido de pertenencia de todos sus colaboradores, se ve reflejado en una mayor motivación que repercute en la productividad del empleado y la rentabilidad de la empresa, en muchos casos porque dichas estrategias pueden mejorar la imagen de la organización frente a las personas externas.

6. Bibliografía

- ABC del Emprendedor. (05 de abril de 2017). Análisis de los stakeholders. Obtenido de ABC del Emprendedor: <http://abcdelemprendedor.blogspot.com/2017/04/analisis-de-los-stakeholders.html>
- Alonso, V. (2006). Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España. (pp. 11-38). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3199840&pg=1>
- Arredondo, T., Villa, C. & De la Garza, G. (2014). Propuesta para el diseño de un código de ética empresarial basado en la ética kantiana. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a02.pdf>
- Bautista, R. (2012). Incertidumbre y riesgos: en decisiones financieras, capítulo 8. Editorial ECOS Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=9&docID=3208874&tm=1510659068078>
- Braidot, N. (2014). Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement (2a. ed.). (pp. 431-473). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=3224821&tm=1509917711503>
- Carballo, R. (2005). Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación, capítulo 1. Ediciones Díaz de Santo. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4183836&tm=1510602265255>
- Carvalho, J. (2009). Estados financieros: normas para su preparación y presentación (2a. Edición), capítulo 1. Bogotá, CO: Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=7&docID=3198072&tm=1510664424452>

- Córdoba, M. (2014). Análisis financiero, unidad 3. Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=5&docID=4870512&tm=1510665586233>
- Corredor, C. (2013). Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. ed.). (pp. 206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>
- Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 1. (p. 13-17) Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>
- Detergentes Ltda. (2019). Dersa. Obtenido de Dersa.com: <https://www.dersa.com.co/index.php/proposito>
- Duque, J. (2015). Corrupción, organizaciones criminales y accountability: la apropiación de las regalías petroleras en los Llanos. (pp. 28-40). Editorial Universidad del Valle. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=8&docID=4760789&tm=1510666611584>
- Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. [N.p.]: ECU. (pp. 17-36, 91-116 y 253. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>
- Lombana, J, G. S & otros. Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. edición). (pp.206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>
- Narvaez, M. (2017). Teoría de los Stakeholders. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/14060>
- Narrillos, R. (2013). Economía social: valoración y medición de la inversión social: método SROI. Madrid: Ecobook. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=858381&lang=es&site=eds-live>

- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014). Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. Pág. 17-23, 30-31. Recuperado de http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf
- Palacios, F., García, D. & Espasandín, F. (2014). Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión diagnóstico e impacto en la empresa. (pp. 11-28). Madrid, ES: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=4909723>
- Palomares, J. & Peset, M. (2015). Estados financieros: interpretación y análisis. (pp.23-43). Madrid, España: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4569914&tm=1510667176880>
- Páramo, D. (2016). Una aproximación al marketing social. Pensamiento & Gestión. (pp. vii-xii). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=122029607&lang=es&site=eds-live>
- Schwalb, M., & García, I. (2013). Dimensiones de la responsabilidad social del marketing. Utopía Y Praxis Latinoamericana, 18(63), (pp. 434-456). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=108747713&lang=es&site=eds-live>
- Vélez, M. (2011). Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa. (Spanish). Revista Ciencias Estratégicas, 19(25), 55. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=64443920&lang=es&site=eds-live>
- RuralInvest. (2005). Formulación y Análisis Detallado de Proyectos, Módulo 3 Capítulo 9. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a0323s/a0323s09.htm#fnB14>

Anexos

Las empresas que hoy en día incorporan a su desarrollo el componente social a través del marketing con lo cual se espera generar un valor agregado invaluable, y que de esa manera les permita adquirir una fuerte ventaja competitiva, para ampliar lo anterior se tiene el siguiente link: <https://www.youtube.com/watch?v=dyYyBSkbPDw>