Plan de Responsabilidad Social Cooperativa Multiactiva de Recicladores (COORENACER) en Santa Marta.

Evangelina Castrillo Anaya

Deymer Eliecer Beltrán

Virgilia Salas Fonseca

Yesica Paola Pacheco

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela De Ciencias Administrativas, Contables, Económicas Y De Negocios - ECACEN

Programa Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Julio de 2019

Plan de Responsabilidad Social Cooperativa Multiactiva de Recicladores (COORENACER) en Santa Marta.

Grupo: 101008_10

Evangelina Castrillo Anaya

Deymer Eliecer Beltrán

Virgilia Salas Fonseca

Yesica Paola Pacheco

Dr. Víctor Alfonso Escobar

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela De Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN

Programa Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial ´

Julio de 2019

Tabla de Contenido

Resumen. vii

Palabras claves vii

Abstract. viii

Key Words viii

Introducción. ix

Objetivos xi

1. Cooperativa Multiactiva de recicladores COORENACER 1

1.1 Direccionamiento estratégico (misión, visión, valores) 2

Misión 2

Visión 2

Valores 2

1.2 Justificación del plan de responsabilidad empresarial de la cooperativa COORENACER. 5

2. Código de conducta. 7

2.1 Modelo gerencial evolución de la pirámide Carroll 7

2.2 Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta. 9

2.3 Código de conducta de la cooperativa COORENACER. 15

2.4 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta. 25

3. Stakeholders 27

3.1 Descripción de los Stakeholders. 29

4 Propuesta plan de responsabilidad social empresarial RSE. 38

4.1 Plan de comunicaciones. 46

4.2 Recomendación del modelo informe RSE. 47

5 Conclusiones. 49

6 Bibliografía 51

Anexos 53

Lista de Tablas

Tabla 1: evaluación de desempeño de COORENACER 3
Tabla 2: Estándares y guías de la responsabilidad social empresarial 9
Tabla 3: Empresas con creación de compromisos éticos empresariales. 12
Tabla 4: Normas mundiales para la redacción del código de conducta 13
Tabla 5: Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta. 26
Tabla 6: Plan de responsabilidad social empresarial cooperativa 39
Tabla 7: Plan de comunicaciones COORENACER 46

Lista de Figuras

Figura 1: Imagen de los colaboradores de la cooperativa COORENACER 1
Figura 2: Modelo de evolución de la pirámide de Carroll, articulado al código de conducta de la cooperativa COORENACER 8
Figura 3: Mapa genérico de los stakeholders empresa COORENACER.....28
Figuras 4: Matriz de relaciones (influencia vs. impacto) entre COORENACER y los stakeholders (actores) identificados. 35

Resumen.

En el presente escrito se plasma la elaboración del Plan de Responsabilidad Social Empresarial y Código de Conducta de la Cooperativa COORENACER empresa elegida en consenso, dedicada a la prestación del servicio de recolección, transporte y aprovechamiento de residuos sólidos en la ciudad de Santa Marta (Magdalena).

Inicialmente se efectúa una evaluación de desempeño diagnosticando la necesidad de desarrollar un plan de responsabilidad social empresarial; para lo cual se aplicó el modelo gerencial por evolución de la pirámide de Carroll; luego se diseñó el código de conducta el cual refleja los valores éticos de la cooperativa, estructura y las directrices que debe seguir la organización enfocados en las políticas y responsabilidades, teniendo como base guías e iniciativas mundiales para su elaboración.

A partir del análisis, se logró la identificación de las partes interesadas (Stakeholders) y se detalla en la matriz de relaciones la influencia y el impacto entre ellos y la cooperativa, se establecieron los objetivos y estrategias específicos para cada grupo, con el fin de afianzar la relación de confianza y demostrar el compromiso de la cooperativa con ellos. Seguidamente, se construye el plan de comunicaciones donde se especifica la frecuencia y el medio a utilizar para su difusión y posteriormente se recomienda el modelo de informe de gestión que mejor se ajusta al plan de responsabilidad social. Todo lo anterior hace parte del diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial como requisito de formación final para obtener el título de Administradores de Empresas en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia– UNAD. Colombia.

Palabras claves

Responsabilidad Social Empresarial, Código de Conducta, Stakeholders, Iniciativas Mundiales, Plan de acción

Abstract.

In the present document, the elaboration of the plan of corporate social responsibility and code of conduct of the Cooperativa COORENACER company chosen in consensus, dedicated to the Provision of the Service of Collection, Transport and Use of Solid Waste in the city of Santa Marta, Magdalena.

Initially a performance evaluation is carried out diagnosing the need to develop a corporate social responsibility plan; For which the managerial model was applied by evolution of the Carroll pyramid; then the code of conduct was designed, which reflects the cooperative's ethical values, structure and guidelines that the organization should follow, focused on policies and responsibilities, based on global guidelines and initiatives for its elaboration.

Based on the analysis, the stakeholders were identified (Stakeholders) and the influence matrix and the impact between them and the cooperative were detailed in the relationship matrix, the specific objectives and strategies for each group were established, in order to strengthen the relationship of trust and demonstrate the cooperative's commitment to them. Next, the communications plan is constructed, specifying the frequency and means to be used for dissemination, and subsequently the management report model that best fits the social responsibility plan is recommended. All of the above is part of the Diploma course in Strategic Management and Corporate Social Responsibility as a requirement for final training to obtain the title of Business Administrators at the National Open and Distance University of Colombia - UNAD.

Key Words

Corporate Social Responsibility, Code of Conduct, Stakeholders, Global Initiatives, Action Pla

Introducción.

En el presente trabajo se presenta la etapa 6, que es la compilación de todas las fases estudiadas, donde se reflejan puntos relevantes en la creación del RSE, como lo es, El Modelo de Gestión seleccionado que presenta los lineamientos y consideraciones que debe seguir la Cooperativa. Se tuvieron en cuenta Iniciativas Globales para la elaboración del Código de Ética que establece la forma de operar de Coorenacer, basada en principios y valores que deben aplicar sus colaboradores, directivos y se definieron los recursos financieros necesarios para la implementación de éste.

El Plan de Responsabilidad Social Empresarial es un documento de gestión que busca que las empresas socialmente responsables sean más sólidas al momento de enfrentar los impactos que causa su actividad económica en el medio en que se desarrolla. Este trabajo es la consolidación del plan de responsabilidad social empresarial para la cooperativa COORENACER, se evaluó el desempeño económico, social y ambiental de la cooperativa a nivel interno y externo, para dar paso a las actividades que necesiten mejoras y que se pueden abordar con el Plan de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Se hace indispensable realizar un Mapa Genérico de las partes interesadas (*Stakeholders*), como también una matriz de relaciones para establecer su impacto e influencia, se plantean objetivos, estrategias, plazos y seguimiento del plan de acción de RSE y el plan de comunicaciones donde se establece qué se debe comunicar y cuándo. Finalmente, se sugiere un modelo de informe de gestión, se presentan las conclusiones de la actividad y las referencias empleadas a lo largo del diplomado.

Fue vital realizar esta serie de fases, ya que la cooperativa debe ser garante socialmente, esa debe ser su esencia, convertirse en un instrumento de bienestar colectivo, en procura de la satisfacción de las necesidades de los diferentes miembros de la comunidad Samaria. Se evidencia la necesidad que tiene Coorenacer de informar no solamente su desempeño financiero, sino también el impacto medioambiental y social generado en las actividades de reciclaje. Esto

permitió elaborar el Plan de Responsabilidad Social para la Cooperativa COORENACER de la ciudad de Santa Marta.

Objetivos

Objetivo General

- ✓ Elaborar el plan RSE de la Cooperativa Multiactiva de Recicladores (COORENACER)

Objetivos Específicos

- ✓ Proponer el Plan de Responsabilidad Social Empresarial a la Cooperativa Multiactiva de Recicladores (COORENACER) en Santa Marta.
- ✓ Redactar el código de Conducta para la Cooperativa COORENACER
- ✓ Diseñar mapa genérico de los Stakeholders para la Cooperativa COORENACER
- ✓ Elaborar el Plan de acción con las estrategias que le permitirán a la cooperativa a posicionarse en el mercado como una organización social y ambientalmente responsable.
- ✓ Anexar el video de contextualización sobre RSE Marketing Social vs Marketing Corporativo

1. Cooperativa Multiactiva de recicladores COORENACER

La Cooperativa se dedica a la Prestación de Servicio de Recolección, Transporte y Aprovechamiento de Residuos Sólidos.

El plan de responsabilidad se traza por medio del direccionamiento estratégico (misión, visión, valores), la evaluación en el desempeño y la justificación del plan de responsabilidad social empresarial. Es trascendental para la Cooperativa crear un plan de responsabilidad social acorde y factible a las necesidades, ya que facilita en un solo globo asociar las dificultades sociales y medioambientales de todas sus actividades con el fin de diseñar estrategias de solución, con el fin de que las áreas implicadas se comprometan en realizar actividades optimas en el sistema de gestión.

Figura 1: Imagen de los colaboradores de la cooperativa COORENACER

1.1 Direccionamiento estratégico (misión, visión, valores)

Misión

Administrar responsablemente los residuos, modificándolos en recursos que generen valor e incidan en la vida de los ciudadanos de Santa Marta con mayor calidad.

Visión

Reducir, reutilizar, reciclar, recuperar apostando por el cambio, con alianzas locales que ofrezcan y den a conocer un servicio conveniente a la comunidad a la que nos debemos.

Valores

- Respeto a las personas y al medio ambiente
- Excelencia
- Honestidad y transparencia
- Trabajo en equipo
- Innovación

Tabla 1: evaluación de desempeño de económico, social y ambiental

	Formato de Evaluacion de Impacto cooperativa Multiactiva de Recicladores (COORENACER) en Santa Marta		
	Problema	**Impacto**	**Prioridad atención (alta, media, baja)**
Económico	***Interno:*** La falta de convenios con centros comerciales, tiendas o urbanizaciones afecta sus ingresos debido a la poca recolección de material reciclable.	Los ingresos son bajos y no se ajustan a días arduos de trabajo, se suma la competencia de recicladores no formalizados más la empresa municipal de aseo.	Alta
	Externo: Los recicladores merecen garantías, su labor es sumamente importante para la protección del entorno, sus ingresos dependen de la cantidad de material que logren recolectar y no hay nada que se los garanticen.		
Social	***Interno:*** Buscar un acercamiento con la comunidad tendiente a lograr cultura de aseo y buenas prácticas en cuanto al manejo adecuado de los residuos sólidos, generando compromiso y pertenencia ambiental, para ambas partes.	El impacto al desarrollar programas de educación y adecuación de los mismos, puede dar solución e integración con la parte externa de la recicladora.	Alta
	Externo: Generar compromiso y pertenencia ambiental por medio de procesos educativos, de concientización y actividades		

	amigables a nivel de residuos sólidos, tanto de la comunidad como de su entorno.		
Ambiental	***Interno:*** manejo, almacenamiento de los residuos y emisiones durante el almacenamiento. El escurrimiento en las áreas de almacenamiento de los materiales y de eliminación de los desechos puede ser una fuente de contaminantes para el medio ambiente. Se evidencia que el manejo y disposición final de los residuos sólidos recolectados se hacen de manera poco especializada. ***Externo:*** Los olores, los insectos y roedores, constituye un riesgo importante para la salud de la comunidad cercana.	Los impactos negativos de la recicladora están generando un desequilibrio ambiental y se han presentado casos de dengue y otras enfermedades en la comunidad en la que encuentra ubicada.	Alta

Fuente: Cooperativa COORENACER

Autor: Estudiantes diplomado de profundización en gerencia y responsabilidad social empresarial

1.2 Justificación del plan de responsabilidad empresarial de la cooperativa COORENACER.

En estos tiempos cuando lo que más hay es basura por el alto consumismo, la sobre población y el mal uso de los empaques o desechables, la gente ve en ello una empresa, pero es difícil tener la ética de permitirte actuar de manera positiva para el bien de los demás.

COORENACER nació de esa necesidad de limpiar a la ciudad, dar empleo a un grupo de personas y de cierta manera contribuir con el medio ambiente en cierta manera por que ha tenido tropiezos en la recolección, centro de acopio, falta de convenios.

Como futuros administradores se tiene la oportunidad de plantearle a la Cooperativa una propuesta que consiste en un Plan de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

- ✓ La RSE, conocida también como Responsabilidad Social Corporativa RSC, es una colaboración activa y voluntaria que busca mejorar el medio ambiente social y económico que toman las empresas u organizaciones.

Con el objetivo de facilitar el funcionamiento en el manejo de los residuos y que sean más respetuosos con el medio ambiente, para que así logren que la comunidad los reconozca como una cooperativa con el compromiso del desarrollo sostenible y se convierta en un factor de éxito empresarial y así; tengan incentivos no sólo éticos sino también económicos para actuar más responsablemente.

Para alcanzar este objetivo es necesario contar con la corresponsabilidad no sólo de la parte interna de la cooperativa sino también de la comunidad en general, educadores, entes públicos y privados, esta iniciativa va dirigida a que la empresa y aquellos que pueden influir sobre su comportamiento:

-Sean conscientes que es necesario un desarrollo sostenible amigable, -Quieran contribuir al cambio y -Ayuden con la puesta en marcha del mejoramiento del medio ambiente.

A **COORENACER** le urge ganar credibilidad en lo que hace y darle confianza a la comunidad, demostrar que puede mejorar y ser responsable en la actividad maravillosa que emprendió y ser una empresa con responsabilidad social que proyecte una buena imagen, contribuyendo así a tener mayor sostenibilidad con el pasar del tiempo. Una empresa enfocada en la parte social, busca apropiarse de manera responsable y activa del entorno en el que se encuentra para realizar sus operaciones o actividades y a los empleados ofrecerles mejoramiento en la calidad de vida para que estos se vean animados y así aumentar su productividad.

La Responsabilidad Social Empresarial le permitirá a la cooperativa velar por el cuidado de la sociedad y de ella misma. COORENACER saldrá adelante con la implementación del RSE, ya que lo necesita y Santa Marta también necesita que alguien se preocupe por ella.

2. Código de conducta.

El Código de conducta, aprobado por el cuerpo administrativo de COORENACER, analizado por el asesor jurídico de la Cooperativa y con los conceptos básicos de la guía e iniciativa mundial aplicada para su construcción, detalla normas, principios y valores éticos que Coorenacer asumirá libremente en el cumplimiento de su misión y en la forma de relacionarse con los agentes relacionados. También, relaciona los puntos generales de conducta a lo que todos los miembros de la cooperativa (propietarios, accionistas, directivos, proveedores, entes públicos y privados, recicladores) deben someterse en su trabajo y sugerir a terceros con los que tiene relación.

2.1 Modelo gerencial evolución de la pirámide Carroll.

El modelo gerencial el cual fue base para la elaboración del código de conducta de la cooperativa COORENACER es un excelente instrumento de gestión para ser aplicado en las organizaciones y obtener un enfoque de direccionamiento, buscando beneficios empresariales.

El Modelo de evolución de la pirámide Carroll es una reflexión estratégica sistémica, que muestra un horizonte del pensamiento, que define el poder de las negociaciones, el cual evalúa cuatro clases de responsabilidades sociales de las empresas, vistas como una pirámide. Hay responsabilidades que se encuentran en el fondo de la pirámide y que son, por tanto, la base sobre la que se apoya otro tipo de responsabilidades.

Estos 4 factores que son de carácter obligatorio en toda negociación, al articularlo con el código de conducta, se encuentra que existen muchos retos, que se pueden armonizar a razón de transparencia, ética, y buena conducta. A continuación se ilustra el modelo en los 4 componentes aplicados a la compañía.

Figura 2: Modelo de evolución de la pirámide de Carroll, articulado al código de conducta de la cooperativa COORENACER

Responsabilidades económicas

Negociaciones amparadas en el código de conducta donde el manejo del dinero sea el adecuado, velar por la buena seguridad de la cooperativa COORENACER y cumplimiento de los

Responsabilidades legales

Se firmaran contratos según la regulación de la ley, así mimo se dará Cumplimiento según lo que estipula el contrato. La cooperativa COORENACER no recibirá sobornos.

Responsabilidades éticas

Las medidas establecidas sean para todos los miembros de cooperativa COORENACER por igual, manejo correcto de firmas. Dar cumplimiento en total de convocatorias para los empleados de cooperativa

Responsabilidades filantrópicas

Cooperativa le brindara apoyo a las empresas que generan Inversión Social. También Presentara proyectos de RSE a las empresas.

La figura 2, ilustra ejemplos prácticos de cómo se pueden armonizar la pirámide Carroll con el código de conducta de la cooperativa COORENACER teniendo en cuenta, que cuando se realice una negociación, tiene que estar amparada en el mismo, y buscar la competitividad desde el punto de vista de la ética.

Es importante mencionar que la presente estrategia es clave para el éxito de la entidad, teniendo referente algunos puntos importantes para su desarrollo, en primer punto la visión debe ser direccionada al futuro, definiendo lo que realmente desea lograr la empresa, de igual forma es importante la misión, ya que es la razón de ser de la organización, seguido encontramos los valores corporativos, lo cual indica su orientación y su comportamiento empresarial, por último aspecto se debe tener presente el enfoque de la empresa y buscar la diferenciación frente a la competencia

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

Estas guías que se citan en la tabla 2, muestran los procesos que se han venido desarrollando a favor de los esquemas de RSE a nivel mundial. Para facilitar a las empresas la implementación de procedimientos éticos y amigables con la sociedad y el medio ambiente.

Tabla 2: Estándares y guías de la responsabilidad social empresarial

Estándares y Guías de la responsabilidad social empresarial		
Título	**Concepto RSE**	**Objetivo**
ISO 26000 (Norma Guía)	"Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente" (ISO 26000:2010,p.4)	**"**Proporcionar orientación a las organizaciones sobre responsabilidad social y puede utilizarse como parte de las actividades de la política pública". Función: "Ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible" (ISO 26000:2010, p.1)
Norma de Aseguramiento AA 1000	"La serie AA 1000 define la "responsabilidad" como constituida por: ✓ Transparencia para rendir cuentas a las partes interesadas. ✓ Capacidad de respuesta para atender las preocupaciones de las partes interesadas ✓ Cumplimiento para lograr los estándares con los cuales se compromete voluntariamente, y las normas y regulaciones que debe	"Evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias. Asimismo, provee de orientación sobre los elementos clave del proceso de aseguramiento" (AA 1000:2003, p.5) Función: Estándar para asegurar la calidad de los informes de sostenibilidad de forma legal en cumplimiento de las políticas y el manejo de riesgos establecidos, y la

	cumplir por razones legales" (Accountability: 2003, p. 29)	percepción que tenga la empresa sobre sus deberes éticos y morales.
Cuadro central, indicadores sociales la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas	"La responsabilidad social corporativa es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su compromiso social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúa". (AECA, 2003, p. 9)	Los objetivos generales de la comisión RSC de AECA, acordes con su misión y visión, son: a) Desarrollo científico de la responsabilidad social corporativa. b) Implantación generalizada de la RSC en las organizaciones. c) Divulgación de los métodos de la dirección y gestión centradas en R SC. d) Gestión en la colaboración entre personas, organizaciones e instituciones nacionales e internacionales dedicadas a la RSC. (AECA, 2003, p.1
Global Reporting Initiative GRI	No indica una idea propia de la RSE. Su posición es desde la Sostenibilidad: "la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora o al deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional o global" (GRI, s.f)	Las directrices establecen indicadores específicos categorizados en económicos, ambientales y sociales que ponen énfasis en la materialidad lo que implica reflejar los impactos significativos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en cada una de las decisiones en los grupos de interés. (GRI, s.f)
SGE 21: 2008, Sistema de Gestión Ética y Socialmente	"La Responsabilidad Social es la integración voluntaria de las preocupaciones sociales, laborales, medio	Se centra en cumplir la legislación, normativa, Política de Gestión Ética y Responsabilidad Social, Código de

Responsable	ambientales y de respeto a los derechos humanos (superando el cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes) en el gobierno, gestión, estrategias, políticas y procedimientos de las organizaciones" (INGECAL, 2011, p. 3)	Conducta, Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social, Diálogo con los grupos de evaluación, Revisión por la Dirección y buscar una mejora continua, Informe de Responsabilidad Social y comunicación (INGECAL, 2011)
Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial	La RSE es definida por la relación que la empresa establece con todos sus públicos (Stakeholders), a corto y a largo plazo. Los públicos correspondientes, en contacto y afinidad con la empresa, comprenden innumerables organizaciones de interés civil social-ambiental, además de aquéllos usualmente reconocidos por los gestores – público interno, accionistas y consumidores/clientes (Ethos: 2005, p.9)	Los indicadores ETHOS facilitan a las empresas u organizaciones evaluar el grado de desarrollo de las estrategias, políticas y prácticas en los ámbitos que involucran la responsabilidad social de una organización. Estos indicadores abarcan la RDE desde una perspectiva integral, que incluye las políticas y acciones e la empresa en siete dimensiones (Ethos: 2005)

La tabla 2, es una guía donde se muestran las normas, redes mundiales, guías que se construyeron para trabajar todo lo referente a la promoción, transparencia, sostenibilidad, rendición de cuenta de los planes de RSE. *Autor: Cardona Acevedo, Duque Orozco, y Rendón Acevedo (2013) y documentos enunciados.*

Cabe resaltar, las empresas que se han destacado a nivel mundial por generar iniciativas de compromiso ético empresarial según la Revista Compromiso Empresarial, la cual es líder en innovación social, se pueden ver en la siguiente tabla:

Tabla 3: Empresas con creación de compromisos éticos empresariales.

EMPRESA	INICIATIVA
Registro de Grupos de Interés – CNMC	Redacción por primera vez el registro nacional de lobbies que busca ser más transparentes con los contactos e intereses de cada entidad, agentes, grupos y personas que se han vinculado en algún momento con la Comisión Nacional del Mercado de la Competencia CNMC. Esta comisión busca garantizar una libre competencia y funcionamiento idóneo de la economía de mercado.
Código ético y de buenas prácticas – Museo Guggenheim	Por primera vez un museo en España ha aprobado un código de ética que trata conflictos éticos que se relacionan con la gestión de la colección.
Lenguaje claro – DKV	Deber de informar de forma sencilla y clara a todos los asegurados de las condiciones de cada contrato y su decisión de someterse al compromiso de la verificación de un tercero.
La gestión de lo público en público – Ayuntamiento de Madrid	Hacer públicas las agendas de los concejales, directivos y personal eventual del Ayuntamiento para hacer transparentes los contactos e intereses de las entidades, grupos y personas que se relacionen con los cargos públicos
Decálogo del Programa Electoral – Fundación Transforma	Precisar, por medio del 'Decálogo del Programa Electoral', el compromiso de cada partidos políticos en ser más transparentes y rigurosos en las propuestas de sus proyectos.
Proyecto Integridad – Transparencia Internacional	Enfoque integral del proyecto que integra métodos de sensibilización y formación en un entorno de transparencia, enfocadas en el sector público y privado.
Código de Gobierno Corporativo – F. Micro finanzas BBVA	Crearon un Código de Gobierno Globalizado que aporta a fortalecer la administración de las instituciones micro financieras y a mantener la transparencia en la relación con todos los clientes.

Mapa Infoparticipa – Universidad Autónoma de Barcelona	Cooperar en el desarrollo de la rendición de cuentas de los ayuntamientos por medio el análisis y publicación de toda la información básica que relacionan en la web.

La tabla 3, muestra un listado de las empresas que se han destacado a nivel mundial, por tener compromiso ético y responsabilidad social empresarial.

En la tabla 4, existen diversas normas aplicables para la redacción de códigos de conducta en las empresas, dentro de este grupo se encuentran las que se trabajaran en los principios de la redacción del siguiente condigo de conducta ética empresarial.

Tabla 4: Normas mundiales para la redacción del código de conducta.

Norma	Descripción
Global Compact	El Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact) es una iniciativa internacional que promueve implementar 10 Principios universalmente aceptados para promover el desarrollo sostenible en cada uno de los espacios de Derechos Humanos y Empresa, Legislaciones Laborales, cuidado del Medio Ambiente y la Lucha constante contra la Corrupción en las funciones y estrategias de negocio de las empresas. **Principios:** Las empresas se deben al apoyo, respeto y protección de los derechos humanos, reconocidos a nivel internacional, en el ámbito de influencia. Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos, apoyar la libertad de afiliación y reconocer el derecho a la negociación colectiva. • Las empresas deben eliminar toda forma de trabajo u actividad forzada.

	• Las empresas deben enfocarse en la erradicación del trabajo en menores de edad. • Las empresas deben abolir las prácticas de discriminación en el empleo. • Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. • Las empresas deben apoyar toda iniciativa que promueva la responsabilidad ambiental. • Las empresas deben respaldar el desarrollo y la difusión de todas las tecnologías que son respetuosas con el medioambiente. • Las empresas deben trabajar sin corrupción en todas sus formas.
Libro Verde	Es un libro, que tiene como autor a la Comisión de las Naciones unidad. Tiene como objeto iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y validación. Propone un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los agentes desempeñen un papel activo.
Guías de la OCDE para multinacionales	Son recomendaciones dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales que operan en países adherentes o que tienen su sede en ellos. Contienen principios y normas no vinculantes para una conducta empresarial responsable dentro del contexto global, conformes con las leyes aplicables y las normas reconocidas internacionalmente. Las Directrices constituyen el único código de conducta empresarial responsable, exhaustivo y acordado

	multilateralmente, que los gobiernos se han comprometido a promover. Las recomendaciones contenidas en las Directrices expresan los valores compartidos por los gobiernos de países que dan origen a una gran parte de la inversión extranjera directa y que son sede de muchas de las empresas multinacionales de mayor envergadura. Las Directrices tienen como objetivo promover la contribución positiva de las empresas al progreso económico, medioambiental y social en todo el mundo.
Convenios Internacionales sobre Derechos Humanos	Normas de Derechos Humanos de la ONU para empresas: Estas normas enuncian obligaciones fundamentales mínimas para las empresas en la esfera de los derechos humanos. Reafirman que aunque la responsabilidad primordial de promover y proteger los derechos humanos recae en los Estados, las empresas transnacionales y otras empresas comerciales, en su calidad de órganos de la sociedad (instituciones y grupos de individuos), también tienen responsabilidades.

2.3 Código de conducta de la cooperativa COORENACER.

Informe previo a la elaboración del código de conducta de la Cooperativa

Primero se debe realizar un informe previo, que contempla los siguientes pasos:

- ***Decisión de la alta dirección***

Este es el punto de partida, la decisión de la Alta Dirección de la Compañía, da comienzo al proceso de elaboración del Código de Conducta de COORENACER en vista de establecer e informar a todos los grupos involucrados sobre los valores, principios y normas éticas que COORENACER ha establecido como propios, y que, además, espera sean cumplidos por cada uno de los involucrados.

Esta iniciativa demuestra el compromiso que tiene la empresa COORENACER hacia cada uno de los grupos involucrados, invitando a poner en práctica los valores y principios señalados por la cooperativa y los cuales permiten reflejar un comportamiento ético y responsable.

- ***A quien aplica***

El código de conducta de COORENACER va dirigido principalmente a los colaboradores directos con las actividades de la cooperativa, es decir, trabajadores desde nivel ejecutivo hasta el nivel operario, deben comprenderlo, aplicarlo y velar para que las conductas aquí establecidas enmarquen nuestra actuación y de los que actúan en nombre de COORENACER.

- ***Conformación de un equipo que lo dinamice***

Es correcto afirmar que, para debida elaboración y ejecución del código de conducta, es necesario conformar un excelente equipo que brinde opiniones e ideas estratégicas para dicha elaboración, en este sentido el equipo que dinamizará la elaboración del código de conducta estará a cargo del personal de gestión de talento humano, apoyados por el área de calidad y los miembros de la junta directiva. El equipo está conformado por personal ampliamente capacitado en las actividades requeridas. Los cuales tienen como finalidad:

- Sensibilización
- Elaboración de las conductas a tener en cuenta en el código.
- Aprobación del código
- Capacitar y socializar el código de conducta entre empleados directos e indirecto, y terceros
- Velar por el debido cumplimiento del código
- Fomento y control del código implementado
- Facilitar la comunicación a todos los que integran COORENACER para proporcionar información del incumplimiento del código y su respectiva solución.

- Presentar Informe periódico a la dirección general sobre los incumplimientos y soluciones del código de conducta.
- Proponer a la dirección general las modificaciones a los elementos del Código de Conducta cuando sea necesario.

- ***Instancias de sensibilización y participación***

¿Qué es el código de conducta?

El código de conducta empresarial es un documento donde se exponen voluntariamente los principios, valores, responsabilidades laborales, sociales y ambientales que debe seguir una organización para cumplir con sus objetivos a corto, mediano y largo plazo. El código de conducta de COORENACER, genera relaciones laborales positivas dentro de la cooperativa ya que este informa a los trabajadores el cumplimiento de las actividades laborales, teniendo en cuenta los valores, principios, responsabilidad social y la competitividad de la cooperativa.

Es ideal realizar reuniones con todos los integrantes de COORENACER, con la finalidad de proponer mecanismos de solución que permita hacer uso de recursos que prevea casos a futuro en la cooperativa y tomar el medio más útil. Estas reuniones estarán presididas por los agentes internos de la cooperativa y liderados por los directivos; es necesario que de forma adicional, se traten temas de vital importancia como confiabilidad, actuaciones indebidas, familiaridad en el trabajo.

De acuerdo a la misión y visión de COORENACER, en las cuales se evidencia y deduce las aspiraciones, metas y valores de excelente calidad con el fin de mantenerse como una cooperativa en el sector y mantenerse segura, confiable y competitiva.

De acuerdo con los valores corporativos nuestros colaboradores se caracterizan por ser puntuales es decir que cumplen con el mínimo compromiso adquirido, coherencia con la realidad y con lo que se dice y establece, en todos los aspectos.

Además, son honestos, ya que se comportan y expresan con coherencia y sinceridad, de acuerdo con los valores de transparencia, verdad y justicia, guiados por el cumplimiento de las normas, procedimientos y principios internos y externos a la cooperativa. El respeto se evidencia en ellos con el buen trato en las relaciones interpersonales, laborales y en el ejercicio de la autoridad, sin ridiculizar o maltratar verbalmente a los colaboradores y/o compañeros de trabajo; reconociendo siempre que las personas y los recursos de la cooperativa tienen un gran valor.

Y por último son leales puesto que dan cumplimiento a los principios de fidelidad, honor y gratitud, en donde primen intereses de la empresa sobre los de compañeros de trabajo, particulares y terceros

- ***Recopilación de insumos y redacción provisoria***

Realizadas las etapas anteriores, se pasa a la siguiente fase y se conforma un equipo, en nuestro caso será el equipo Colaborativo, quienes nos encargaremos de la redacción del Código. Los integrantes de este grupo de trabajo tenemos facultades para seleccionar y recopilar los insumos necesarios, el cual se realizará mediante encuestas, charlas de sensibilización y redactar los contenidos del Código de Conducta. La teoría dice que no hay normas o estándares de redacción para un Código de Conducta, y que cada organización deberá desarrollarlo de acuerdo a sus necesidades y a las de sus grupos de interés.

En el presente Código que se va a redactar se tuvieron en cuenta algunas pautas tales como:

- El del Código será redactado en un lenguaje simple, preciso y de fácil comprensión por todos los colaboradores y demás integrantes de los grupos de interés.
- Es un archivo sencillo, accesible y disponible para todos aquellos a quienes está dirigido.
- El Código está amparado por otros métodos y documentos gerenciales, entre ellos manuales políticos, procedimientos, ejemplos prácticos, etc. Que aparecen como

complementos en algunas partes, ya que no se cuenta con toda la información de COORENACER

- Es necesario indagar si al sector al que pertenece la cooperativa tenga algún Código característico e información que sea necesario incluir.

- ***Consultas multisectoriales***

Cuando se elabore la primera copia del Código de conducta, se debe socializar con los diferentes grupos involucrados para tomar recomendaciones y corregir el borrador del código. Antes de la publicación.

- ***Consulta a peritos***

Una vez se tenga el archivo preliminar será analizado por el asesor jurídico de COORENACER, quien verificará que los conceptos sean claros y coherentes en materia de Derecho. También es importante que el documento sea verificado por peritos o personas ajenas a la empresa que tengan conocimiento en el tema, las recomendaciones que se hagan serán objeto de análisis y aceptadas si lo ameritan.

Esta revisión hecha por los asesores de cooperativa, es de suma importancia ya que se debe tener en el Código una coherencia con las definiciones propias de los temas que se haya en las diferentes disciplinas del Derecho (conflicto de interés, protección a la información, competencia deshonesta, acoso sexual, entre otros).

CÓDIGO DE CONDUCTA

Desarrollo del código de conducta de la cooperativa Multiactiva de recicladores (COORENACER)

I. Introducción

Desde los años 1970 se empezó hablar del código de conducta, el cual es un documento donde se exponen voluntariamente los principios, valores, responsabilidades laborales, sociales y ambientales que debe seguir una organización para cumplir con sus objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Con la ayuda de este trabajo se quiere elaborar el código de conducta de la cooperativa COORENACER., quien se dedica a la Prestación de Servicio de Recolección, Transporte Aprovechamiento de Residuos Sólidos. Este código tiene como base el modelo gerencial por evolución por medio del cual se construye el plan de responsabilidad social de la organización iniciando con la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales creados por la cooperativa.

II. Objetivo general del código de conducta

Constituir las directrices éticas de empleados y colaboradores en la cooperativa COORENACER. Con respecto al actuar en el desempeño de las funciones prestadas, proporcionando a los usuarios atención de alta calidad.

III. Principios Generales

Para COORENACER la ética y la integridad son funciones puntales, que se cumplen con responsabilidad y son sometidas a las actividades y procesos. El personal de COORENACER debe hacer uso de todas las normas internas y externas de manera voluntaria y de obligatorio cumplimiento, que se ajusten a las actividades de la cooperativa. Específicamente de naturaleza jurídica y las que previenen conductas penalmente punibles, como es el caso de la corrupción y el soborno, que atente contra el medio ambiente y los derechos de las personas.

IV. Misión, Visión, Valores y Principios.

El código de conducta contiene las normas, los principios y los valores de carácter ético de COORENACER asumiendo así de forma voluntariamente el desempeño de su misión y en las relaciones con sus grupos de interés (interno y externo).

Misión: Administrar responsablemente los residuos, modificándolos en recursos que generen valor e incidan en la vida de los ciudadanos de Santa Marta con mayor calidad.

Visión: Reducir, reutilizar, reciclar, recuperar apostando por el cambio, con alianzas locales que ofrezcan y den a conocer un servicio conveniente a la comunidad a la que nos debemos.

Valores: Los valores corporativos respaldan la visión de COORENACER y son icono de identidad y cultura corporativa, por ello, estimulan su conducta interna y la relación con clientes, propietarios, proveedores y otros grupos de interés.

Los principios generales establecidos en este código no contemplan todas las circunstancias con las que COORENACER y su equipo de trabajo se puede encontrar, lo que se pretende es establecer unas pautas generales de conducta que orienten su forma de actuar durante el desempeño de su actividad.

- **Lealtad**

El personal vinculado con COORENACER., actúan con lealtad, siempre defendiendo los intereses de la compañía, en la medida de lo posible siempre evitara situaciones que conlleven a un conflicto de intereses. Cuando se presenta colisión entre los derechos del funcionario afectado y los de la cooperativa y se evidencia que COORENACER puede salir afectado se notificara lo antes posible al comité de ética.

- **Respeto a la Legalidad y a los derechos humanos**

COORENACER., se compromete a actuar siempre de conformidad con lo establecido en la legislación vigente, donde se garantiza el respeto los derechos humanos y el derecho internacional humanitario.

La cooperativa rechaza toda actuación dirigida a variar la voluntad de los propietarios o cualquier otra persona ajena a COORENACER para obtener beneficios mediante el uso de prácticas inadecuadas.

- **No al trabajo infantil.**

COORENACER., se compromete con la protección de los niños, niñas y adolescentes, por esta razón no vinculamos laboralmente a menores de edad. En cualquier caso, hay que tener presente que, tal como lo cita la Resolución 1677 de 2008, los niños "no podrán realizar trabajos que impliquen peligro o que sean nocivos para su salud e integridad física o psicológica, o las consideradas como peores formas de trabajo infantil según la Organización Internacional del Trabajo (OIT)".

- **Contravenciones**

Para COORENACER, es importante que se informe de inmediato a cualquier integrante del equipo sobre las situaciones en las que se viole el Código. Es importante atender los reportes de situaciones en las que existan potenciales violaciones al Código de Conducta, los posibles casos de corrupción o cualquier otro acto que pueda ser calificado como inapropiado. Para atender las inquietudes, COORENACER, ha dispuesto de los siguientes medios de comunicación

- Buzón de inquietudes
- Formato de Contravenciones
- Llamando al número de teléfono.

En COORENACER se respetará la confidencialidad de quien presente la contravención. Solo se revelará la identidad de la persona cuando sea necesario para resolver la inquietud o por requerimiento legales. Si se plantea una inquietud, se debe actuar de buena fe.

V. Alcance

El código de conducta será aplicable para la totalidad de los empleados de la cooperativa, comprendiendo entre estos a los profesionales vinculados y contratistas que proporcionen sus servicios a COORENACER, de igual manera para los usuarios y su familia, los cuales deberán cumplir a cabalidad las directrices en materia de ética descritas en el presente código.

PROPUESTA CÓDIGO DE CONDUCTA DE COORENACER

Deberes del trabajador hacia la empresa

- **Conducta interna**

El trabajador como integrante de la cooperativa COORENACER debe siempre cuidar los bienes de la empresa (su infraestructura, materia prima, maquinaria), en el desarrollo de sus funciones diarias deben estar encaminadas siempre a conservar el medio ambiente con el uso correcto del agua y el manejo adecuado de los residuos. Igualmente, siempre debe prevalecer el mutuo respeto entre compañeros.

- **Relaciones personales**

Del respeto entre trabajadores (Comunicaciones estratégicas)

Uno de los recursos más valiosos para COORENACER son sus trabajadores por lo tanto merecen atención y respeto. En la empresa existen niveles jerárquicos para optimizar el trabajo individual y en COORENACER todos los empleados independientemente del rango que tengan en la empresa siempre deben tener relaciones personales con un trato de respeto y amabilidad.

Las personas a las que se les asigna un cargo con mando deben ser responsables de asegurar un adecuado ambiente de trabajo, de promover el desarrollo laboral y de lograr el mejor desempeño posible de su equipo.

Los empleados que son promovidos a cargos con mando en una determinada área implican responsabilidades, dichas personas deben tratar a sus subalternos con el mismo respeto y consideración con el que el mismo trata a sus jefes. No se puede tolerar casos donde existe algún tipo de trato ofensivo, discriminatorio, racista o inmoral.

- **Conflicto de intereses**

COORENACER siempre buscara el mejor interés para la cooperativa por lo tanto los trabajadores como directivos deberán evitar un conflicto de interés, en donde se presente intereses personales que vayan en contra de los principios y valores de la cooperativa y en ese sentido deberán abstenerse de realizar cualquier actuación que pueda dar lugar a la existencia de estos.

- Se prohíbe a los empleados que participan en actividades que proporcionen grandes beneficios directos o indirectos a un competidor, ya que con esta la competencia puede tomar ventaja en el mercado.
- Se prohíbe a los colaboradores que utilicen conexiones obtenidas a través de la empresa COORENACER para sus propios fines privados.
- Las relaciones sentimentales entre colaboradores no deben existir, ya que esto puede acarrear que se presenten intereses particulares que afecten el rendimiento laboral y el correcto funcionamiento de la cooperativa.

- **Consecuencias disciplinarias**

En los eventos en que se trate de esconder un conflicto de intereses o cuando no se puede encontrar una solución, da lugar para empezar un proceso disciplinario y con esto desde un llamado de atención hasta la terminación del contrato. Siempre que se presente una situación que evidencie conflicto de intereses esta debe ser notificada al jefe superior para su solución.

Relaciones con la comunidad y responsabilidad social

- **Medio ambiente**

La empresa COORENACER está comprometida con la protección y preservación del medio ambiente. Todos los trabajadores de la empresa deber cumplir las disposiciones legales a las se rige la cooperativa.

El no acatamiento de la normatividad en la parte ambiental será catalogado como falta grave. Todas las personas que integren la empresa deben estar comprometidas con el buen uso de los recursos de la cooperativa, todas las acciones que se hagan son importantes como el ahorro de energía, evitar el desperdicio de papel, no generar ruidos excesivos.

Información de la empresa

- **Uso de información de la empresa**

Todo tipo de información que sea clasificada como privada o importante no debe ser divulgada a personas externas o ajenas a la empresa, la publicación de todas y cada uno de los documentos deben ser tratados dentro de las instalaciones.

Los estudios que se hagan en COORENACER como los diferentes estudios de mercadeo son propiedad de la cooperativa, su propagación puede acarrear no solo sanciones disciplinarias sino la cancelación del contrato por justa causa y con el debido proceso legal.

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

Para un correcto desarrollo del código de conducta, orientado por el modelo gerencial de evolución de la organización, se hace necesario disponer recursos económicos con miras al mejoramiento continuo de la organización y un adecuado actuar en el desarrollo de actividades empresariales, atendiendo las diversas responsabilidades, sociales, ambiental y económicos de la cooperativa.

Para poder tener una apropiación efectiva a nivel interno, se necesita capacitar a los empleados. Además, COORENACER, tiene la responsabilidad de implementar el código de conducta de forma efectiva, por lo que se requiere una investigación previa para garantizar el éxito de la elaboración y aplicación. Luego, un sondeo interno del código con la consecuente socialización y capacitación de los colaboradores. Los recursos saldrán del presupuesto que tiene destinado la organización para su proyecto de responsabilidad social empresarial, necesario para mejorar los procesos y procedimientos de la organización; en cuanto a la parte publicitaria y de ventas es importante que tanto el cliente interno como el externo, tenga pleno conocimiento del código de conducta implementado por la organización. Por este motivo se enviará a todas las partes interesadas vía mail y se publicará para consulta en la página web.

Tabla 5: Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta.

Actividad	**Facilitador**	**Cantidad Tiempo/ Unidades**	**Costo por hora / valor Unitario**	**Costo Total**
Recopilación de la información	Comité.	N/A	N/A	150.000
Capacitación del Código.	Conferencista	8 horas	50.000	400.000
Lanzamiento y entrega del código	Equipo colaborativo			300.000
Papelería e impresión de los Códigos de Conducta.		100	2.500	250.000
Marketing visual, publicitarios y social media.		1	550.000	550.000
Refrigerios.		60	3.200	192.000
TOTAL				**1.842.000**

Fuente: Cooperativa COORENACER

3. Stakeholders

Los Stakeholders se definen como todas aquellas personas o grupos que están involucrados o afectados positiva o negativamente con el desarrollo de la actividad empresarial, es decir con el logro de sus objetivos y tienen expectativas y/o intereses sobre esta. Se debe procurar ayudar al logro del éxito comercial de modo que se respeten los valores éticos, las comunidades y el medio ambiente, así mismo la empresa debe maximizar su impacto positivo y minimizar el negativo sobre los Stakeholders.

El proceso de identificación de los Stakeholders consiste en reconocer a todas aquellas personas u organizaciones relacionadas directa o indirectamente por el proyecto, y documentar información relevante sus intereses, participación e impacto del proyecto. Los Stakeholders se hayan en distintos niveles dentro de la cooperativa, ellos ejecutan y poseen distintos grados de autoridad e interés, o bien pueden ser externos a la organización.

En las organizaciones los Stakeholders ya no pueden ser ignorados, antes era vital y exclusivo permanecer en el mercado e ir a la vanguardia del entorno. Actualmente es relevante que la cooperativa se haga responsable con cada uno de los agentes, tanto internos como externos y se tome como propia las preocupaciones de cada uno de ellos, para así llevar a cabalidad las expectativas de los Stakeholders, la parte directiva de la cooperativa debe identificar plenamente a cada uno de los Stakeholders, dejando evidenciado que la relación, manejo de situaciones y decisiones con los Stakeholders es de acuerdo a la relación que tienen con la cooperativa.

Figura 3: Mapa genérico de los stakeholders empresa COORENACER

Fuente: Cooperativa COORENACER

Autor: Estudiantes diplomado de profundización en gerencia y responsabilidad social empresarial

3.1 Descripción de los Stakeholders.

De acuerdo con el portal Connect Americas, se evidencia un concepto de stakeholder como: personas y organizaciones como clientes, patrocinadores, organización ejecutante y el público, involucrados activamente en el proyecto, o cuyos intereses pueden verse afectados de manera positiva o negativa por la ejecución del proyecto. También se les conoce como interesados, involucrados o actores del proyecto".

La Matriz de Stakeholders es una herramienta utilizada para compilar, ordenar, analizar y priorizar de manera sistemática información cualitativa y cuantitativa haciendo referencia a todas aquellas personas, instituciones u organizaciones involucradas o interesadas en el proyecto, permitiendo determinar los intereses particulares que deben tenerse en cuenta en el trayecto del proyecto. Utilizar esta herramienta permite clasificar a los involucrados en el proyecto según los niveles de interés y poder sobre él, faciitando priorizar los stakeholders más importantes para desarrollar así las estrategias de gestión que corresponda.

R. Edward Freeman, definió el término "Stakeholder" como "todas aquellas personas o entidades que pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa" (Urroz, 2010). En el caso de COORENACER , los propietarios, las directivas y los empleados constituyen las partes interesadas "internas", estos pueden tener expectativas como, posicionar la cooperativa, aumentar los ingresos, recibir un salario, estabilidad laboral, etc. y la cooperativa espera de ellos informes periódicos, cumplimiento, presentar una imagen positiva, etc. Las partes externas son la sociedad, el gobierno, acredores, la competencia, inversionistas, los clientes, medios de comunicación y los proveedores, éstos también tienen expectativas hacia la empresa, como brindar un servicio oportuno y precios asequibles, pagos oportunos, etc.

Definición de los Stakeholders de COORENACER- explicación ampliada del mapa genérico

Para COORENACER es muy importante tener muy claro los grupos de interés que lo rodean de forma directa e indirectamente con la cooperativa, teniendo identificado cada uno de los actores sus responsabilidades de quienes conforman el mapa genérico.

En la figura 3 , podemos apreciar los 11 grupos de interés identificados en la cooperativa COORENACER. Estos se dividen en internos y externos.

- **ACTORES INTERNOS.**

Son los necesarios para garantizar el funcionamiento de la cooperativa, por lo que incluye a aquellos que cuenten con una relación económica directa con la organización, son los siguientes:

Empleados: Son el principal activo de COORENACER, considerados los mejores transmisores de información, actúan como enlace con otros grupos de interés. Estos actores cada vez tienen reconocimiento por parte de la dirección; los empleados o colaboradores, son quienes llevan a cabo las tareas necesarias para conseguir que la cooperativa funcione, por todo ello, un recurso singular y estratégico que se ha de cuidar y fomentar. En cuanto que es clave y se encuentra en el centro de todo planteamiento de creación y rentabilización de conocimiento, debe ser siempre motivado con capacitación, crecimiento profesional dentro de la cooperativa y mejorar en calidad de vida tanto para él como para su familia.

Los trabajadores buscan que se les brinde mas garantias en estos tres intereses: el trabajo, la jubilación y la empleabilidad (González). La cooperativa debe enfocar sus esfuerzos en definir valores, responsabilidades, promoviendo la salud y educación entre sus colaboradores. Ellos realizan su trabajo dentro de la cooperativa, con contrato laboral o profesional y reciben una retribución monetaria directivos y no directivos.

Propietarios: Conjunto de representantes jurídicas o naturales con condiciones de propietario o socios que realizan la inversión de capital para obtener Utilidades, Los accionistas de COORENACER fundaron esta empresa para ejecutar un compromiso de eficiencia y respeto al medio ambiente.

Directivos: Entre las obligaciones de los directivos con los trabajadores, vamos a hacer alusión a dos aspectos. En primer lugar, si los directivos no son propietarios o accionistas, son considerados trabajadores y, en segundo lugar, si el directivo ejerce de representante legal de los propietarios y tiene la obligación de defender los intereses de la compañía ante los otros trabajadores, podemos conocer las obligaciones específicas que tienen la empresa y su dirección hacia estos.

Los directivos nos permiten planear las diferentes estrategias organizacionales que a su vez haga de la cooperativa, un ente productivo por medio de la ejecución de las diferentes estrategias elaboradas. Se hace referencia a los puestos gerenciales de COORENACER los cuales dirigen las actividades y llevan a cabo la gestión económica y administrativa de la cooperativa.

Según la teoría de los stakeholders, una función principal de los directores es sobre llevar las necesidades de los interesados, sus expectativas, demandas y los conflictos entre ellos.

Los directores priorizan las opiniones y exigencias de los stakeholders de la competencia y hallan un nivel adecuado de compromiso entre todas las partes interesadas. Algunos autores opinan que la dirección y en especial la alta dirección, son los responsables del cuidado de la salud de la organización, y que los conflictos entre stakeholders deben estar en total equilibrio. Ya que la teoría de los stakeholders no

relaciona una superioridad de un grupo a otro, la dirección debe velar por el equilibrio de la relación entre ellos. Si este equilibrio no se consigue, la supervivencia de la empresa está en riesgo.

- **ACTORES EXTERNOS**

Hace referencia a los que no participan en las actividades de la cooperativa de forma directa. Sin embargo, sí que pueden verse afectados por ella. Son los siguientes:

Clientes: El éxito de la estrategia de marketing no siempre ha sido descubrir las necesidades y demandas de todos los stakeholders; de hecho, muchos enfoques de orientación al mercado sólo se han centrado en un grupo: el cliente. Los clientes constituyen la savia de la que se nutre la organización en términos de ingresos y beneficios, ya que sin ellos la empresa no sobrevive.

En este caso los clientes cada vez son más exigentes en sus solicitudes, ya que desean obtener de la cooperativa servicios que tenga la capacidad de satisfacer sus necesidades (calidad del servicio, precio razonable, etc.) COORENACER espera de los clientes sus sugerencias, su fidelidad y su confianza.

En este ítem la cooperativa categoriza sus clientes en 2 segmentos:

- ✓ compradores minoristas.
- ✓ compradores mayoristas.

Proveedores: Hace referencia a todos los que proveen los equipos o insumos necesarios para la operación y la prestación de un buen servicio. Aportan trabajos, productos y servicios sin pertenecer a la empresa, en ocasiones de manera exclusiva.

Son el grupo menos protegido en el proceso comercial, los proveedores son para González fundamentales en la ejecución del éxito de la empresa. Necesitan extremar la prudencia y minimizar los riesgos para conseguir acuerdos comerciales, ya que los materiales que proveen determinarán la calidad y el precio del producto.

Competencia: Cooperativas del mismo sector que ofrecen servicios similares a los producidos por COORENACER la intervención de este grupo de interés permite obtener la

consecución de suministros de calidad a un costo razonable, con entregas puntuales y su posible participación en la elaboración de nuevos servicios que satisfagan mejor las necesidades de los clientes

Gobierno: Hace referencia a todos los entes regulatorios y normas que se deben cumplir para poder funcionar de manera legal en Colombia. También es el responsable de toda la reglamentación jurídica que permite un desarrollo sano de toda la actividad económica de la cooperativa, sana competencia y un trato justo en cuanto a servicio y precio hacia los consumidores.

Sociedad: Hace referencia a la comunidad, personas, organizaciones, consumidores en general, que, aun no teniendo una relación directa con la cooperativa, pueden in fluir en ella. Y al compromiso que tiene la COORENACER con ser un agente de cambio.

Medios de Comunicación: Radio, televisión, internet (pág. Web, redes sociales), canales por los cuales se realizan las estrategias de mercadeo. Anunciar sobre la ejecución del Sistema Integrado de Gestión y los logros en el medio ambiente, contribuir en proyectos de interés mutuo con la comunidad

Clientes externos (acreedores e inversionistas)

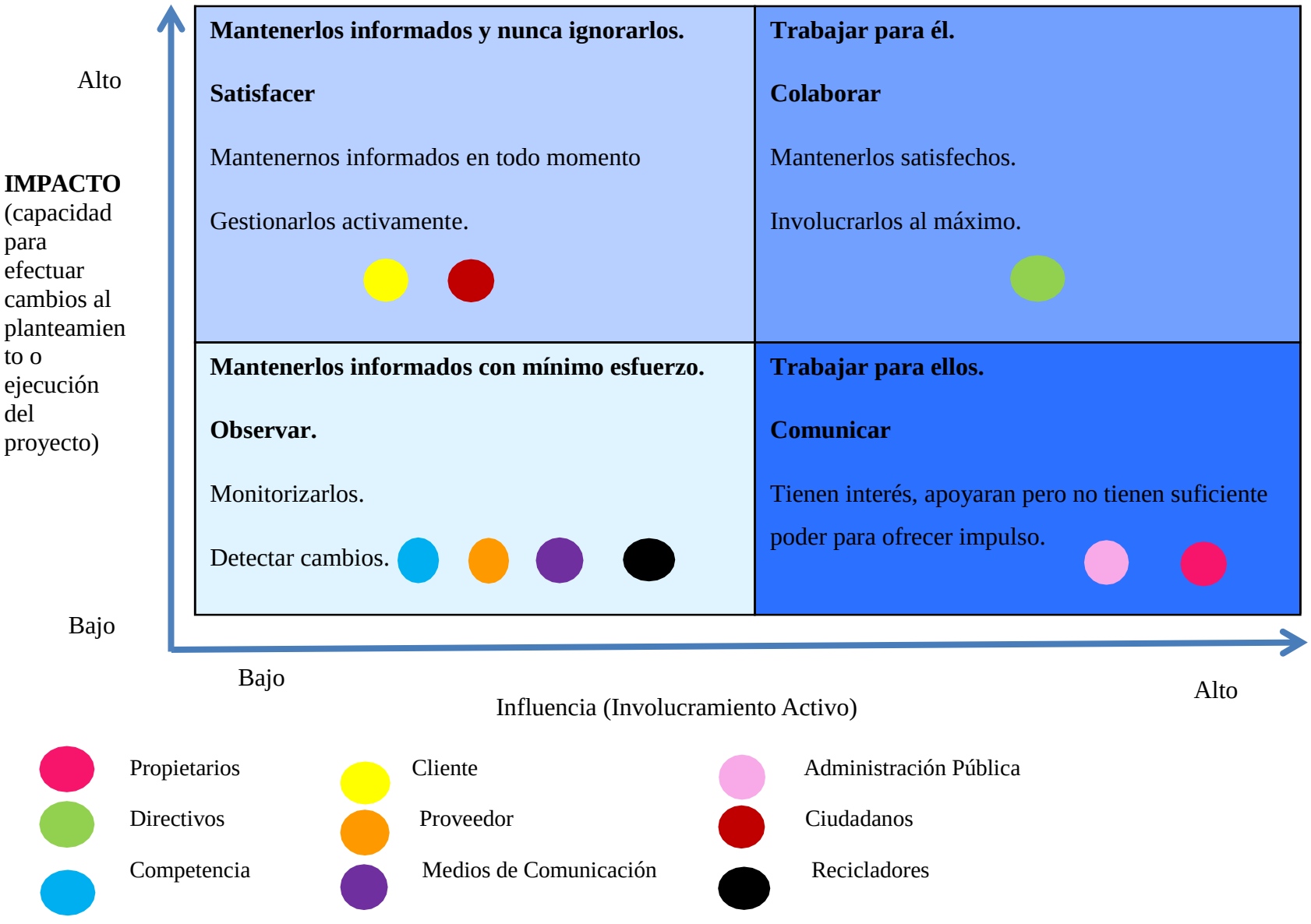
Los altos costos de demandas en los proyectos de mejoramiento de la calidad de vida de los recicladores evidencian en la necesidad de ampliar la concentración con el estado y lograr el apoyo de otras organizaciones de carácter privado. Fue entonces como empezaron a tramitarse una serie de proyectos e iniciativas de diferente índole para lograr consolidar la red de relaciones con entidades especializadas en la atención de las necesidades de seguridad laboral, salud, nutrición y recreación.

La relación entre el gobierno y el desarrollo económico es abordada en diversos aspectos. El primero corresponde al financiamiento e inversión: capacidad de atraer nuevos accionistas y buscar financiamientos adicionales está relacionada con la estructura de propiedad y las prácticas de gobernabilidad corporativa. En segundo aspecto los impactos de la gobernabilidad corporativa sobre la eficiencia del sistema económico: una mayor presión para disciplinar a los gerentes o administradores, podría dar lugar a una

asignación de recursos más eficiente. En un tercer momento, se destacan los avances en materia de gobernabilidad corporativa y no deben restringirse tan solo a las grandes empresas, sino que han de reforzar igualmente los mecanismos de defensa de la competencia y de una gestión económica transparente y rentable. Por esto, el tema de la gobernabilidad corporativa debe asumir un papel cada vez más importante en la agenda de los responsables de la adopción de políticas en Latino América.

Podemos ver que para la cooperativa son 11 grupos de interés y que en su mayoría se genera una codependencia, esto quiere decir que se necesitan mutuamente para poder funcionar de manera adecuada

Figuras 4: Matriz de relaciones (influencia vs. impacto) entre COORENACER y los stakeholders (actores) identificados.



Explicación de la matriz de relaciones (influencia vs. impacto) entre la cooperativa COORENACER - los stakeholders (actores) identificados.

- **Impacto alto_ influencia baja:**

En el cuadrante superior izquierdo se encuentra: Cliente y los Ciudadanos. Con ellos se debe trabajar muy unidos, como un solo núcleo, ya que es aquí donde se realizan o enfocan los cumplimientos de los objetivos que se han trazado y para que contribuyan al correcto funcionamiento de la cooperativa.

- **Impacto alto _ influencia alta:**

El cuadrante superior derecho corresponde a la parte(s) interesada de mayor impacto e influencia, en este caso serían los Directivos: Es muy importante involucrarlos activamente con la Cooperativa para que ellos vean la importancia de trabajar con COORENACER.

- **Impacto bajo _ influencia baja**

En el cuadrante inferior izquierdo, se encuentran la Competencia, los Proveedores y los Medios de Comunicación: Son interesados con poco poder y poco interés, en este caso nos limitaremos a monitorizarlos, ir viendo cuál es su estado para detectar cambios de actitud o percepción respecto al proyecto. En este sentido es importante preocuparse por satisfacer las necesidades de los clientes, ofreciendo un servicio de calidad

- ✓ En cuanto a los Agentes Sociales: Los actores involucrados estarán informados por medio de los procesos adelantados y las actividades desarrollas por la cooperativa.
- ✓ Y respecto de los Proveedores: Con cada pedido realizado de forma indirecta se le informa a los proveedores el avance de los procesos.
- ✓ En el uso de los Medios de Comunicación: Radio e Internet (pág. Web, redes sociales): Serán los canales por los cuales se realizan las estrategias de mercadeo, logros ambientales y para informar en cuanto actividades de cooperación e interés mutuo con la comunidad.

- **Impacto Bajo _ Influencia alta**

  En el cuadrante inferior derecho se hallan los Propietarios y la Administración Pública: Trabajar con ellos es muy importante, se les mantiene informado, ya que siempre van a estar interesados en todo lo que la Cooperativa realice.

La matriz de Influencia/Impacto, asocia a los actores en base a su participación activa y capacidad para efectuar cambios en la planificación o ejecución de los objetivos trazados por la Cooperativa.

Poniendo de manifiesto la necesidad de realizar un verdadero Marketing Social Corporativo se agrupan todas las partes interesadas (Stakeholders identificados en el mapa genérico) mediante la matriz, donde la participación activa de estos determina su influencia en las metas propuestas y de esta forma genera cambio en la planificación o ejecución de un proyecto, esto al final es lo que determina el impacto generado por cada parte interesada.

Se logra entender que el mayor impacto es generado a través de la influencia de los Stakeholders externos que los vincula con los internos, por ejemplo de esta forma una acción de un ente público es posible que cambie muchos aspectos de los objetivos en planificación.

4 Propuesta plan de responsabilidad social empresarial RSE.

Presentación de la propuesta del plan de RSE para la cooperativa COORENACER

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 sostenible, que se refleja a través del compromiso y confianza que brinda la organización a todos sus empleadores y grupo familiar, de esta manera se evidenciaran resultados positivos en beneficio de las mismas al igual que favorecen y mejoran la calidad de vida de la comunidad en general.

En la siguiente tabla, se describe de manera detallada el plan de responsabilidad social para la cooperativa.

Primero se identifica la dimensión, los Stakeholders involucrados, el objetivo, el plazo, los recursos y finalmente, los indicadores y el seguimiento para controlar y medir los resultados.

Tabla 6: Plan de responsabilidad social empresarial cooperativa

plan de RSE cooperativa COORENACER							
Dimensión	**Stakeholders**	**Objetivo**	**Estrategia**	**Plazo**	**Recursos (físicos, humanos, técnicos)**	**Indicador**	**Seguimiento**
ECONÓMICA	**Propietarios Accionistas Directivos**	Aplicar un enfoque responsable, que prevenga cualquier riesgo económico.	Valorar el riesgo, realizar balances entre el costo de la implementación de cada acción contra el Beneficio de la misma.	18 meses.	Dependencias administrativas Responsables de llevarlas a cabo.	Riesgo económico /Costo de la implementación.	Mensual
	Recicladores Recuperadores	Mantener unos salarios dignos y justos.	Contar con un plan administrativo de compensaciones que aumente la satisfacción	6 meses	Dependencias administrativas responsables de llevarlas a cabo.	Eficiencia en los Recursos = Costo Total del Programa / Trabajadores	Trimestral

		laboral y la motivación de los recicladores, para mejorar el desempeño de cada uno.			Participantes Eficiencia en la Cobertura = Trabajadores participantes / Trabajadores totales * 100	
Proveedores	COORENACER busca mejorar los Valores, calidad y cantidad de los residuos adquiridos por todos los proveedores externos.	Implementar programas, charlas de sensibilización encaminadas al reciclaje y control del despilfarro de recursos renovables y no renovables en la ciudad	6 meses	Comité de Responsabilidad Ambiental Sistema de Gestión Medioambiental	Cantidad anual de Residuos Generados en la ciudad de santa Marta = (C1-C0) / C0 * 100 C1 = Cantidad año actual C0 = Cantidad año	Mensual.

						anterior	
	Propietarios Accionistas Directivos	Mantener y fortalecer vínculos relevantes con los stakeholders, que favorezcan una relación beneficiosa entre COORENACER y la Sociedad Samaria.	Crear políticas de RSE, dándola a conocer por medio de talleres y folletos de comunicación clara.	4 meses	Personal administrativo.	Formatos de asistencia / evaluativos de los talleres.	Mensual
SOCIAL	**Recicladores**	Respetar la diversidad de la plantilla, para propiciar un clima laboral de colaboración.	Implementar medidas de conciliación que permiten compatibilizar las obligaciones laborales con las personales.	6 meses	Personal administrativo en comunión con los recicladores.	No. de recicladores capacitados/ Total de trabajadores.	Mensual

Ciudadanos	Mantener la comunicación y socialización de las estrategias en la minimización de los riesgos ambientales para disminuir el impacto con total transparencia con la comunidad más cercana.	Realizar acompañamiento de los ciudadanos para la verificación del cumplimiento de los compromisos de la Cooperativa.	6 meses	Personal administrativo de COORENACER.	Resultado de Satisfacción / Total de quejas o peticiones dela Comunidad.	Mensual
Medios de Comunicación.	Educar a los jóvenes de la ciudad acerca de la importancia del reciclaje.	Elaboración de carteleras, publicaciones en intranet alusivas al medio ambiente, esta información será clara, se colocará en lugares visibles	1 Mes.	Coordinación administrativa, medios de comunicaciones locales, comunidad.	Eficiencia en los Recursos = Costo Total del Programa / Trabajadores Participantes Eficiencia en la Cobertura	Quincenal

		y se cambiará de sitios periódicamente			= Trabajadores participantes / Trabajadores totales * 100	
Propietarios Accionistas Directivos	Materializar un compromiso de eficiencia y respeto ambiental. Con un enfoque de responsabilidad, que prevea riesgos ambientales.	Elaborar una política Ambiental y divulgarla a todo el personal	2 Meses.	Contratar personas idóneas que elaboren una Política ambiental que se adapte a la actividad comercial de la cooperativa.	Realizar reuniones con el personal para divulgar la política ambiental de COORENACER y promoverla.	Mensual.
Proveedores	Realizar control, seguimiento y promoción del aprovechamiento de los residuos sólidos	Realizar procesos de clasificación Adecuada según la normatividad vigente de los	6 Meses	Coordinador administrativo del sistema de gestión ambiental.	Formatos administrativos/ formato recepción de residuos.	Trimestral

			residuos sólidos Peligrosos.				
AMBIENTAL	**Ciudadanos**	Comprometerse a contribuir al desarrollo sostenible.	Implementación de un programa de educación ambiental el cual incluirá sensibilización Capacitación y participación de la comunidad.	6 meses.	Invitar un Coordinador del Sistema de gestión ambiental.	Formato de Asistencia, fotografías.	Mensual.
	Administración Pública	Colaborar con la Administración Pública en el sistema de recolección y selección de los residuos de envases de manera eficientes para el medio	_Operadores de recogida selectiva _Plantas de selección	1 Año	Contratar asesoría técnica y contar con el apoyo y colaboración de las entidades de control ambiental pública y de la ciudadanía.	Calendario de revisiones/ Recogida y selección de residuos.	Mensual

	ambiente.					
Recicladores Recuperadores	COORENACER se compromete a ofrecer materiales seleccionados con calidad.	Darle al envase o cartón una nueva vida e incorporarlo de nuevo al servicio de la comunidad.	1 año	En COORENACER los recicladores cuentan con el conocimiento de los materiales para realizar conjuntamente estudios sobre envasado.	Control administrativo.	Trimestral
Clientes	Implementar labores que demuestren el compromiso corporativo con el producto y los consumidores.	Verificar que se le dé buen manejo a la disposición final de los residuos sólidos recolectados.	6 meses	Personal de administración.	Informe de cumplimento por entidades de vigilancia y control de COORENACER.	Trimestral

Fuente: Cooperativa COORENACER

Autor: Estudiantes diplomado de profundización en gerencia y responsabilidad social empresarial

4.1 Plan de comunicaciones.

El plan de comunicaciones propuesto, retoma los objetivos planteados en el plan de RSE y les asigna frecuencia, medio y parte interesada a la cual se le debe comunicar.

Tabla 7: Plan de comunicaciones COORENACER

Plan de Comunicaciones			
Dimensión	**Stakeholders**	**Frecuencia**	**Medio**
ECONÓMICA	Propietarios Accionistas Directivos Recicladores Recuperadores	Mensual.	Reuniones, para revisar propuestas de mercadeo, riesgos económicos, productividad. Información transparente que refleje la imagen fiel de la situación de la Cooperativa.
SOCIAL	Propietarios Accionistas Directivos Recicladores Recuperadores Medios de Comunicación. Ciudadanos	Semestral	Charlas informales de mutuo acuerdo, hacer uso de recursos audiovisuales, carteleras e internet, para Presentación de avances y planes de mejoramiento.
AMBIENTAL	Propietarios Accionistas Directivos Recicladores Recuperadores Medios de Comunicación. Ciudadanos Administración Pública	Trimestral	Reuniones de mutuo acuerdo, carteleras, avisos, folletos, anuncios radiales, para divulgar la política ambiental de COORENACER y promoverla.

Proveedores
Clientes.

Fuente: Cooperativa COORENACER

Autor: Estudiantes diplomado de profundización en gerencia y responsabilidad social empresarial

4.2 Recomendación del modelo informe RSE.

Cada empresa es única y como tal tiene la prerrogativa de escoger qué tipo de informe de gestión satisface mejor sus necesidades. Para COORENACER el modelo de informe de gestión que mejor se adapta a sus objetivos es el Global Reporting Initiative GRI; ya que es una red mundial de expertos multi Stakeholders, que promueve transparencia, reporte, sostenibilidad, rendición de cuentas y apertura de la información.

GRI, ha liderado el desarrollo del esquema de reporte de sostenibilidad más ampliamente usado en el mundo, ya que establece los principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social.

Según, el texto que comparte la organización de reporte global (Global Reporting), GRI contribuye con las empresas y gobiernos a nivel mundial a comprender y comunicar su impacto en cuestiones criticas de sostenibilidad, como el cambio climático, los derechos humanos y el bienestar social, permitiendo una acción real para traer beneficios sociales, ambientales y económicos para todos. Los Estándares de Informes de Sostenibilidad de GRI están enfocados con verdaderas contribuciones de múltiples partes interesadas y enraizados en el interés público.

Por ello se aplica como modelo de informe de gestión al plan de responsabilidad social que paso a paso se ha creado para COORENACER, puesto que establece los indicadores para poder medir su desempeño en los ámbitos económico, ambiental y social y propone una mejora

continúa mostrándonos de esta manera que queremos comprometernos con una responsabilidad corporativa.

Se recomienda que el informe se haga trimestralmente; aunque en Colombia lo común es ver informes de gestión anuales. Se debe llevar a cabo una explicación de las actividades programadas y la realización de las mismas; así como informar sobre los recursos utilizados.

Por último, pero no por ello menos importante, se deben presentar las dificultades; es decir, mencionar aquellos aspectos que interfirieron para el logro de los objetivos y actividades propuestas; los cuales originaron el incumplimiento del logro de los objetivos, metas y actividades en el periodo reportado, así como ejecuciones no planificadas o aquellas actuaciones que requieren una explicación en detalle.

5 Conclusiones.

Con la selección de la Cooperativa Multiactiva de Recicladores (COORENACER), el análisis de su direccionamiento estratégico y desempeño actual en materia económica, ambiental y social, se determina la necesidad de implementar un Plan de Responsabilidad Social Empresarial.
Se elabora el Código de Conducta con lo que se espera mejorar la cultura empresarial, sus relaciones internas y externas y garantizar la mejora de los procesos, a la vez que en materia académica permite conocer las diversas guías e iniciativas de RSE a nivel mundial.

La investigación y la redacción de un Código de Conducta ayudan a definir como se desea que sea el comportamiento de los colaboradores, fortaleciendo la cultura ética y políticas de la empresa, buscando la integración, armonía y confianza entre los actores primarios y secundarios que interactúan con la compañía y la credibilidad de la sociedad.

Se puede reconocer la Matriz de Stakeholders como una herramienta indispensable desde el comienzo del proyecto mismo, ya que provee información necesaria para gestionar adecuadamente las expectativas de los interesados a lo largo del proyecto, maximizando las influencias positivas y mitigando los impactos negativos potenciales derivados de éstos.

La Responsabilidad Social Empresarial contribuye en mejorar la moral de los trabajadores y por ende su nivel productivo. COORENACER asumió la RSE como lo es, un proceso que beneficiaría al entorno social y la comunidad Samaria con el fin de mejorar las situaciones difíciles de las mismas generando muchas ventajas para todos los involucrados.

Con la identificación de las partes interesadas de la compañía que deben ser consideradas dentro de la toma de decisiones de la empresa se diseñó el plan de responsabilidad social empresarial, plan de comunicaciones y recomendar el Modelo de Informe de Gestión que más se ajuste al Plan de Responsabilidad Social de COORENACER.

Para COORENACER el modelo de informe de gestión que mejor se adapta a sus objetivos es el Global Reporting Initiative GRI; puesto que es una red mundial de expertos multi stakeholders, que promueve transparencia, reporte, sostenibilidad, rendición de cuentas y apertura de la información.

El GRI, ha liderado el desarrollo del esquema de reporte de sostenibilidad más ampliamente usado en el mundo, ya que establece los principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social.

6 Bibliografía

De Paula, G., Ferraz, J. & Núñez, G. (2006). CEPAL. *Gobernabilidad corporativa, responsabilidad social y estrategias empresariales. (p. 22*-46). Recuperado de: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1942/1/S309213P324_es.pdf

Torres, D. A. (s.f.). *Cooperativa Multiactiva De Recicladores (coorenacer) en Santa Marta*. Recuperado el 3 de abril de 2019, de www.planetacolombia.com/cooperativa-multiactiva-de-recicladores-coorenacer

TIRME. (2015). *Parque de Tecnologías Ambientales de Mallorca*. Obtenido de www.tirme.com/es/empresa

Biblioteca Virtual en Responsabilidad Social y temas relacionados. (2011). Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Documento web extraído de: http://www.bibliotecavirtual.info/2011/04/libro-verde-fomentar-un-marcoeuropeo-para-la-responsabilidad-social-de-las-empresas/

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 48-50. Recuperado de http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 193-228). Recuperado de http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live

Findeter, Financiera del Desarrollo, Plan de Acción de Santa Marta, Tomado el 21, 05, 2019, Recuperado de: https://docplayer.es/75291489-Plan-de-accion-santa-marta.html

Garzón-Ruiz, W., Acevedo-Guerrero, J. & Zárate-Rueda, R. (2014). Estatus jurídico de la responsabilidad social empresarial (RSE) en Colombia. Díkaion, 22(2). Recuperado de http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490

Imágenes del Mapa Genérico de los Stakeholders de Coorenacer, Tomado el 04-06-2019, Recuperado de: https://www.google.com/

Narváez, M. (2017). Teoría de los Stakeholders. [Archivo de video]. Recuperado de http://hdl.handle.net/10596/14060

Palacios, Florencio, Beatriz, et al. *Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión diagnóstico e impacto en la empresa*, (pp. 11-28). Madrid, ES: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide, 2014. Central, Tomado el 2019-05-21 18:59:40. Recuperado de: http://ebookcentral.proquest.com/lib/unadsp/detail.action?docID=4909723.

Anexos

Link video RSE vs Marketing:

https://www.powtoon.com/c/bZ6wr3VjmJs/1/m