

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
COOPERATIVA FINANCIERA CONFIAR**

**MILTON LEANDRO HERNÁNDEZ BERMÚDEZ
ROBINSON BERLEY GAMBA BUITRAGO
JULIETH STEFFANY OSPINA SOTO
NUBIA DEL CARMEN MORENO CÓRDOBA
JESSICA LISBETH RAMÍREZ SÁNCHEZ**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
MAYO DE 2018**

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
COOPERATIVA FINANCIERA CONFIAR**

GRUPO 16

MILTON LEANDRO HERNÁNDEZ BERMÚDEZ Código: 1061369308
ROBINSON BERLEY GAMBA BUITRAGO Código: 1123563196
JULIETH STEFFANY OSPINA SOTO Código: 1121865643
NUBIA DEL CARMEN MORENO CÓRDOBA Código: 54251445
JESSICA LISBETH RAMÍREZ SÁNCHEZ Código: 1127388916

**FAIBER ALEXIS BENAVIDES
TUTOR**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
MAYO DE 2018**

Tabla de Contenido

Lista de Tablas.....	4
Lista de Gráficas.....	5
Resumen.....	6
Abstract.....	6
Palabras Clave.....	7
Introducción.....	8
Objetivos.....	10
Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Cooperativa Financiera Confiar.....	11
Justificación Plan de Responsabilidad Social Empresarial Cooperativa Confiar.....	14
Modelo gerencial de Competitividad para la Cooperativa Financiera Confiar.....	16
Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.....	20
Código de conducta de la Cooperativa Financiera Confiar.....	23
Glosario.....	45
Stakeholders.....	48
Breve descripción de los Stakeholders.....	48
Plan de responsabilidad social empresarial.....	56
Plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholders).....	68
Modelo de informe de gestión recomendado.....	72
Conclusiones.....	76
Bibliografía.....	79
Anexos.....	82

Lista de Tablas

Tabla 1. Formato de evaluación del Impacto de la Cooperativa Financiera Confiar	12
Tabla 2. Recursos financieros y decisiones de inversión del código de conducta	44
Tabla 3. Plan de responsabilidad social empresarial de Cooperativa Financiera Confiar	56
Tabla 4. Tabla de comunicaciones de Stakeholders.....	68
Tabla 5. Contenidos básicos de la memoria de sostenibilidad	74

Lista de Gráficas

Grafica 1: Stakeholders Cooperativa Financiera Confiar.....	49
Grafica 2: Matriz de Relaciones Stakeholders Cooperativa Financiera Confiar.....	53
Grafica 3: pasos para la elaboración de memorias de sostenibilidad.....	73

Resumen

Este documento estratégico desarrolla el paso a paso de la construcción de un plan de responsabilidad social empresarial, iniciando desde la selección de una empresa por parte del grupo de trabajo colaborativo del Diplomado, a partir del análisis de su desempeño e impacto social, económico y ambiental en su entorno, pasando por visibilizar sus definiciones estratégicas, identificación de stakeholders y su relación de influencia con los objetivos de la organización, hasta finalizar con la construcción de un plan de responsabilidad social específico y detallado.

Abstract

This strategic document develops the step by step of the construction of a business social responsibility plan, starting from the selection of a company by the collaborative work group of the Diploma, from the analysis of its performance and social, economic and environmental impact in its environment, through visualizing its strategic definitions, identification of stakeholders and their relationship of influence with the objectives of the organization, until finalizing with the construction of a specific and detailed social responsibility plan.

Palabras Clave

Responsabilidad, Ambiental, Social, Económico, Estrategia, Compromiso, Plan, Entorno, Empresa, Comportamientos.

Keywords

Responsibility, Environmental, Social, Economic, Strategy, Commitment, Plan, Environment, Company, Behaviors.

Introducción

La incorporación de políticas y estrategias de responsabilidad social en la gerencia de organizacional, se ha convertido para las empresas en un pilar fundamental de su planteamiento estratégico, en la medida que su concepto ha evolucionado convirtiéndose no en una obligación, pero si en una necesidad manifiesta de las comunidades de su entorno y prioridad de los entes gubernamentales, que garantizan el funcionamiento de una sociedad, demandando un mayor compromiso en su desempeño e impacto en ámbitos sociales, económicos y ambientales, y a la vez un gran reto entendiendo que es un imperativo organizacional armonizar y crear sinergias para generar un equilibrio entre la creación de valor y el desarrollo sostenible.

Bajo este contexto, se realizó un ejercicio metodológico de aprendizaje orientado a interiorizar conceptos de responsabilidad social, gerencia, marketing social, marketing social corporativo, entre otros, para aplicarlos a fases de trabajo que inicialmente permitieron establecer como las actividades empresariales generaban unos impactos sociales, económicos y ambientales, y a su vez como adquirirían un compromiso por su proximidad con causas sociales de su entorno, permitiendo seleccionar del mercado una organización que permitiera aplicar paso a paso estos conocimientos, y que justificara la necesidad de construir un plan de responsabilidad social, principal objetivo del Diplomado.

Conjuntamente se acordó trabajar sobre la Cooperativa Financiera Confiar, una entidad con un enfoque asociativo y de cooperativismo con presencia en gran parte de Colombia, que oferta productos de ahorro y crédito, sobre la cual se hace una aproximación a sus definiciones

estratégicas planteando la necesidad de articular un plan de responsabilidad social empresarial con un enfoque económico y especialmente ambiental, a partir de la situación de posconflicto que atraviesa el país y el papel que se podría jugar en este escenario, y segundo por el compromiso que como empresa adquirió al lado de sus asociados con el cuidado del agua en sus actividades recreativas.

En este marco se creó un código de conducta que fijó las bases conductuales dentro de la organización para todos sus integrantes y de la relación con el entorno, como primer paso que permitiera empezar a identificar los grupos de interés, su importancia y nivel de influencia e impacto en los objetivos estratégicos de la empresa, logrando construir el mapa genérico de los stakeholders y su matriz de relaciones, entendiendo que son parte vital en su funcionamiento y más en una empresa con una filosofía asociativa que pone en práctica relaciones autogestionarias, solidarias, democráticas y humanistas.

Este trabajo articulado permitió desde el diagnóstico inicial de la empresa, establecer que dimensiones focalizar y que stakeholders eran prioritarios de atención, canalizando estas necesidades para transformarlas en un Plan de Responsabilidad Social Empresarial, que si bien en su objetivo general busca reestructurar procesos internos y mejorar las relaciones con el entorno, específicamente está orientado a trabajar sobre cada eje con estrategias focalizadas, que se comuniquen clara y oportunamente en estrategias de marketing social y marketing social corporativo.

Objetivos

Objetivo general:

Plantear la elaboración de una Plan de Responsabilidad Social para la Cooperativa Financiera Confiar, que permita la reducción y/o mitigación de los impactos sociales, económicos o ambientales que su actividad genera al alrededor, partiendo de la identificación de los grupos de interés internos y externos, y la adecuada articulación y gestión de los mismos.

Objetivos específicos:

- Aplicar los conceptos sobre responsabilidad social a una empresa seleccionada, que permitan su incorporación en la toma de decisiones con alcance social, político y ambiental, necesarios para la construcción futura de la sostenibilidad global.
- Proyectar un código de conducta como documento rector a todo nivel y en diferentes ámbitos, de los pensamientos y comportamientos de la empresa seleccionada, fijando los parámetros de actuación frente a diferentes escenarios propios de la dinámica empresarial.
- Construir conceptos de marketing social y marketing social corporativo, que permitan interiorizar su significado, orientación y rol en el mundo del marketing, al tiempo que se define una empresa que pueda ser objeto de un plan en este sentido.
- Diseñar un mapa genérico de los Stakeholders de la Cooperativa Financiera Confiar, identificando los actores internos y externos que inciden en su comportamiento, rentabilidad y competitividad, permitiendo el desarrollo de la respectiva matriz de Influencia e Impacto en la organización.

Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Cooperativa Financiera Confiar

Datos Generales Cooperativa Financiera Confiar.

La Cooperativa Financiera Confiar, tiene sus orígenes en un fondo de ahorro integrado por 33 trabajadores de la empresa SOFASA del municipio de Envigado (Antioquia), los cuáles en el año de 1972 decidieron convertir su fondo de ahorro en una cooperativa de ahorro y crédito, obteniendo personería jurídica de la Superintendencia Nacional de Cooperativas en septiembre de 1972.

Cuenta con agencias ubicadas en varias ciudades y municipios del país (regionales). Su sede principal se encuentra en la ciudad de Medellín. Cuenta con la vinculación de más de 275.000 personas, entre asociados, ahorradores y deudores.

Objeto Social.

La Cooperativa Financiera Confiar, tiene como objeto la intermediación financiera, a través de un portafolio de productos de ahorro y crédito, programas y servicios sociales y culturales, para alcanzar el bienvivir de sus Asociados y Ahorradores.

Ofrece a sus asociados y ahorradores siete (7) aspectos principales, que buscan garantizarles un portafolio de productos con valor agregado y menor costo:

Facilidad de acceso en la vinculación y al uso de los productos y servicios financieros.

1. Asesoría efectiva acorde con sus necesidades y expectativas.
2. Compromiso y respuesta oportuna en la prestación del servicio.
3. Actitud y calidad humana en el servicio.
4. Productos y servicios financieros que generen bien-estar y construyan cultura solidaria.

5. Una oferta de programas y servicios sociales complementarios.
6. Seguridad, solidez y transparencia en el manejo de los recursos y la gestión organizacional.

Direccionamiento estratégico

Visión.

En el año 2020 Confiar será una Cooperativa reconocida públicamente por su contribución a la construcción de una verdadera tradición cooperativa y solidaria, plataforma fundante para hacer un país donde sea posible el bienvivir.

Misión.

Contribuir al bienvivir de sus Asociados, Ahorradores, empleados y la comunidad, a la construcción de tejido social, pensamiento, cultura y circuitos económicos solidarios, mediante la operación de productos y servicios financieros, fomentando vínculos de cooperación, confianza y permanencia.

Tabla 1. Formato de evaluación del Impacto de la Cooperativa Financiera Confiar

	Problema	Impacto	Prioridad atención (alta, media, baja)
Económico	<p>Interno: incremento del pasivo entre 2016 y 2017 relacionados con las obligaciones bancarias e intereses, al tiempo que se empezó a evidenciar una disminución de la inversión, lo que podría afectar a mediano y largo plazo la rentabilidad de la organización. No obstante, se mantiene un incremento en sus activos y patrimonio.</p> <p>Externo: altas tasas de interés por parte del Estado, que impacta en las tarifas de ahorro, crédito y asociación de la organización.</p>	Negativo	Baja

	Lleva la contabilidad de todas sus operaciones conforme a las disposiciones legales vigentes.		
	<p>Interno: a pesar de la expansión de los últimos años, la Cooperativa Confiar mantiene una tendencia de centralización de sus operaciones en el centro y oriente del país, dejando de impactar otras regiones productivas, que prometen un desarrollo a mediano y largo plazo en el marco del posconflicto.</p>		
Social	<p>Tiene como objeto social contribuir a la consolidación, crecimiento y desarrollo del proyecto Asociativo – Empresarial de la Cooperativa Confiar.</p> <hr/> <p>Externo: no existen condiciones de seguridad e infraestructura para desplegar los productos de ahorro, crédito y asociación a regiones apartadas del país.</p>	Negativo	Media
	<p>Diseña y desarrolla programas y estrategias que estimulen la participación activa de la niñez y la juventud en el Proyecto Asociativo - Empresarial de la Cooperativa Confiar, en los procesos participativos de la comunidad que influencia y el Sector Solidario; por medio del fomento de la cultura del ahorro, la cultura solidaria y ciudadana.</p>		
	<p>Interno: afectación al medio ambiente (alteración cursos de agua, contaminación y bosque primario) por el funcionamiento de centros recreacionales y hoteleros. Existe la necesidad de conservar, investigar y restaurar ecológicamente.</p>		
Ambiental	<p>La Cooperativa Confiar crea un aspecto a través de la promoción y protección del pensamiento, métodos y prácticas solidarias, del diseño y desarrollo de programas y estrategias de educación y formación, turismo y recreación, cultura y arte; de la solidaridad y ayuda mutua; para el mejoramiento de la calidad de vida de los Asociados y Ahorradores, sus familias y la comunidad.</p> <hr/> <p>Externo: falta de articulación con autoridades administrativas locales, para vinculación a programas de favorecimiento a la biodiversidad. Existe alianza con empresa privada para programas de protección y cuidado del agua, pero sus resultados no son visibles y no se evidencia un real impacto en términos de ahorro, cuidado y descontaminación.</p>	Negativo	Media
	<p>De acuerdo a lo anterior se promueve para realización de capacitaciones o talleres con el fin de ejecutar encuentros comunitarios para la construcción de políticas públicas del agua.</p>		

Fuente: Elaboración propia

Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

La Cooperativa Financiera Confiar, es una empresa de carácter solidario y con una filosofía asociativa, que oferta productos de ahorro y crédito, y desarrolla al tiempo programas en diferentes ámbitos que facilitan el buen vivir de sus asociados, en cuanto a educación, cultura, medio ambiente, entre otros, configurando por su propia estructura y funcionamiento, la necesidad como se indica en la tabla No. 1, de generar todo un plan de responsabilidad social empresarial, con un enfoque sobre la protección del medio ambiente y la biodiversidad, el cuidado del agua y el incentivo para la creación de empresa.

Esta necesidad surge a partir del contacto permanente, impacto y afectación sobre el medio ambiente, en lo concerniente al funcionamiento de centros recreacionales y de descanso, que afectan el curso de cauces de agua y lo contaminan: además de afectar zonas de bosque primario por los desplazamientos y la zona presencia humana.

El compromiso que como empresa debe adquirir al lado de sus asociados con el cuidado del agua, bajo campañas y alianzas con organizaciones publico privadas para *“...fortalecer e implementar mecanismos solidarios propios y de intercooperación, integración y alianzas entre las organizaciones del sector cooperativo y solidario, las organizaciones sociales, comunitarias, organizaciones no gubernamentales, las entidades educativas, culturales y otras afines, para juntar esfuerzos en la vía del propósito y en los territorios donde Confiar tenga presencia...”*

El propósito fundamental de la Cooperativa Confiar en este ámbito de protección del agua, es la capacitación y formación de dirigentes, conformación de asociaciones, acompañamiento a los acueductos comunitarios, construcción de políticas públicas del agua, construcción de ley propia de acueductos comunitarios.

En el marco del posconflicto y del interés gubernamental por incentivar el desarrollo económico, social y de seguridad en las zonas rurales, las empresas en el país tienen un gran compromiso y responsabilidad en esta tarea de la mano con las entidades político - administrativas del orden regional, departamental y local, en lo concerniente a incentivar la creación de empresa como alternativa de primera importancia para la conformación de unidades productivas agrícolas, que coadyuven a su independización económica y el tránsito de sus economías de la ilegalidad a la legalidad.

Modelo gerencial de la Competitividad para la Cooperativa Financiera Confiar

A partir de las lecturas del material de apoyo y las referencias bibliográficas, del entorno competitivo de la organización en el campo de la intermediación financiera y del escenario de posconflicto que atraviesa el país, donde la banca jugará un papel fundamental en alianza con el Gobierno Nacional y las entidades administrativas locales, en aras de coadyuvar en el desarrollo económico especialmente del campo, podríamos trabajar sobre un modelo gerencial basado en la Competitividad para la empresa (Cooperativa Financiera Confiar), capitalizando sus ventajas competitivas en el marco del planteamiento de una de las estrategias genéricas (liderazgo en costos, diferenciación en los costos y enfoque en la diferenciación), para buscar consolidar una empresa rentable y sustentable.

Principales apartes del Modelo Gerencial para la Competitividad.

El modelo de Mainstream “el Diamante de la Competitividad”, factores:

Endógenos:

- Insumos, materias primas o condiciones de los factores.
- Consumidores o condiciones de la demanda.
- Sectores conexos, de soporte y apoyo.
- Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas.

Exógenos

- El Gobierno.
- El Azar.

Modelo del doble diamante de la competitividad: doméstico e internacional.

Modelo del pentágono de la competitividad.

Modelo de los 9 factores.

Humanos:

- Los grupos políticos y burócratas.
- Empresarios.
- Profesionales.
- Trabajadores.

Físicos:

- Recursos básicos.
- Demanda doméstica.
- Industrias conexas.
- Industrias de apoyo.
- Ambientes empresariales.

Modelo de competitividad sistémica, niveles.

- Macro
- Micro
- Meso
- Meta

Modelo de Clúster – Cadena de Valor.

- CLUSTER – principios: localización, acción conjunta (cooperación y competición), economías externas.
- Cadena de valor: 3 tipos de empresas: 1. Corporaciones transnacionales, 2. Configuración de clústeres y 3. Empresas con interés particulares.

Estrategia Competitiva – conceptos básicos.

Su finalidad es alcanzar una posición rentable y sustentable. Se funda en 2 aspectos:

1. Atractivo de los sectores industriales desde la rentabilidad.
2. Posición competitiva dentro de un sector industrial.

La ventaja competitiva nace del valor que una empresa logra crear para sus clientes. Tipos principales de ventaja competitiva:

1. Liderazgo en costos.
2. Diferenciación.

Análisis estructural de las industrias.

El determinante fundamental de la rentabilidad de una empresa es el atractivo de la industria.

Reglas de la competencia - contenidas en 5 fuerzas que determinan la rentabilidad de la industria:

1. Amenaza de nuevos competidores.
2. Amenaza de servicios o productos sustitutos.
3. Poder negociador de los compradores.

4. Poder negociador de los proveedores.
5. Rivalidad entre competidores actuales.

Estrategias Genéricas: para lograr un desempeño superior al promedio de la industria:

1. Liderazgo en costos: fabricante de costo más bajo de la industria. Sin afectar la calidad de sus productos.
2. Diferenciación en los costos: a partir de la adopción de características y atributos diferenciales en sus productos (calidad, duración, materiales) que pueden sustentar un precio superior.
3. Enfoque en la diferenciación (concentración o especialización). Selección de un segmento o grupo de segmentos y adapta su estrategia para atenderlos.
4. Atrapada en la mitad: organización que practica todas las estrategias. No es lo mejor en la mayoría de casos.
5. Búsqueda de más de una estrategia genérica: se debe dividir en forma rigurosa. Para no quedar atrapado en la mitad.
6. Sustentabilidad de la estrategia: la estrategia debe ser sustentable a mediano y largo plazo.
7. Estrategias genéricas y evolución de la industria: a medida que la industria evoluciona, nuevas estrategias pueden marcar la diferencia.
8. Estrategias genéricas y estructura organizacional: La estructura debe cambiar de acuerdo a la estrategia que se adopte.
9. Estrategias genéricas y el proceso de planeación estratégica: La estrategia genérica debería ser la esencia del plan estratégico. Muchas veces en la planeación no se tiene en cuenta la estrategia.

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

Manual para elaborar código de ética empresarial - Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social.

Relaciona inicialmente las definiciones de los principios que rigen un código, especialmente en concerniente a la ética, seguidamente hace referencia a los 2 tipos de filosofías empresariales, donde para la primera lo más importante es el lucro económico y en la segunda, se hace énfasis en la responsabilidad ética empresarial.

Igualmente resalta la definición de un código de ética, indicando qué es y para qué sirve, sus beneficios, contenidos, secciones, pasos para la elaboración, implementación y algunos ejemplos.

El Código de ética evita equívocos en la empresa: observa cómo elaborarlo – Movistar

Inicialmente cita algunos cuestionamientos que debe responder el código de ética de una empresa, tales como:

- *"¿Hasta qué punto la estrategia de venta puede avanzar sin engañar al consumidor?"*
- *¿Es justo ofrecer regalos para firmar asociaciones?"*

Seguidamente cita a Denis Collins y a su libro *"Fundamentos de la Ética Empresarial"*, resaltando lo siguiente:

- *"El código funciona como una **conciencia colectiva** cuando el dueño de la empresa no está cerca".*
- Indica que el código sirve para unificar conductas y estandarizar comportamientos.

- Relaciona que un código de ética debe ser un documento simple y objetivo, de fácil comprensión, que debe definir los valores más relevantes para la organización.

Código de ética empresarial: una guía para la acción – L’Oreal

Hace énfasis en que el código de ética, es la referencia para la ética de la empresa y la guía comportamental para todos sus empleados, en todas sus actuaciones, acciones y decisiones relacionadas con la organización. Aplica y compromete a todos los integrantes de la empresa, desde los directivos hasta el trabajador recién ingresado.

El código fue creado en el año 2000. En el año 2007 fue actualizado con la participación de todos los empleados en los diferentes continentes donde la empresa tiene presencia; el documento final fue revisado por todos los gerentes a lo largo y ancho del mundo, destacando que es tal la importancia que su introducción y prologo fue firmado respectivamente por el presidente de la compañía y el comité ejecutivo respectivamente.

Para efectos de actualización constante, reciben comentarios constantemente de todos sus empleados en el mundo, que son tenidos en cuenta en las actualizaciones periódicas. Frente a la comunicación, se garantiza la entrega de una copia a todos los empleados que ingresan nuevos y está disponible en la plataforma virtual en diferentes idiomas facilitando su acceso, lectura e interiorización.

Código de ética empresarial – Ericsson

Su código inicia con una carta del Presidente y Consejero delegado, donde amablemente expresa el significado del documento, relacionándolo como su marco rector que garantizará la conservación de la reputación para la empresa, la confianza y credibilidad, como puntos de conexión y referencia en las relaciones entre clientes, empleados, socios, accionistas y terceros.

Es claro en afirmar que todos los empleados deben actuar con base en el código, y que él como máxima cabeza dará ejemplo, cumpliendo cabalmente estos postulados.

Habla de 3 pilares o definiciones principales: 1. Ser un socio de confianza, 2. Dirigir negocios de forma responsable y 3. Cada acción cuenta, donde resume sus principios, formas de actuar ante diversas situaciones, obligaciones, derechos humanos, responsabilidad social, salud seguridad, cumplimiento de leyes, seguridad de la información, comunicación, entre otros.

Código de Gobierno Corporativo: Grupo Bimbo

Dividida en 16 documentos, que relacionan estatutos, reglamentos, políticas y códigos sobre asuntos o temas específicos. En cuanto a su código de ética, inicia dando real importancia a sus empleados como el eje de su dinámica empresarial, preocupándose por su bienestar, al tiempo que exalta y enaltece el liderazgo de sus empleados como parte fundamental para el logro de sus objetivos estratégicos.

Tiene la visión de que tanto los grupos internos o externos relacionados con la organización, hacen parte de una comunidad que interactúa creando sinergias y proyectos conjuntos que permiten ser productivos, tomar riesgos y operar eficazmente.

Código de conducta de la Cooperativa Financiera Confiar

Confiar Cooperativa Financiera fue fundada el 3 de Julio de 1972, por un grupo de 33 trabajadores de la Empresa SOFASA –Envigado- que, transformaron su natillera o fondo de ahorro para navidad, en una pequeña pero prometedora Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Somos una organización de naturaleza cooperativa perteneciente a la Economía Solidaria, sistema socioeconómico, cultural y ambiental, integrado por formas asociativas identificadas por prácticas autogestionarias, solidarias, democráticas y humanistas, que promueven la equidad de género, el respeto por la diversidad, la naturaleza, el ambiente, el diálogo de saberes, el trabajo, los derechos fundamentales de las personas y el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía. Estamos dispuestos a promover la transformación social, con un estilo y comportamiento propios, distintos y renovadores, con una ética y una estética que nos den el sello especial de parecernos a nosotros mismos, (la gente de la Cooperativa Confiar), con miras a consolidar una cultura institucional, que sea expresión de relaciones y Pensamiento Solidario, soportada en un sistema integral de gestión organizacional, que incorpora y desarrolla el talento humano y el conocimiento, la mejora continua de procesos, la información, la administración de riesgos, la tecnología y el servicio, para lograr la excelencia organizacional, el cumplimiento de la Formulación Estratégica y la generación de satisfacción y valor para los Grupos Sociales Objetivo. (Confiar - Código de buen gobierno).

Confidencialidad

Dispone de una política de seguridad, reserva y uso de la información. La Confiar Cooperativa Financiera respeta la privacidad de cada uno de los clientes, Asociados,

empleados y proveedores que suministren su información personal a través de los diferentes puntos de recolección de datos dispuestos para tal efecto.

Los datos personales recaudados por la Cooperativa Confiar se almacenan de forma segura y el uso de datos deben ser autorizados y su trato debe ser transparente y respetar los acuerdos realizados con anterioridad con el implicado.

La Cooperativa Confiar y sus empleados debe guardar y almacenar de modo seguro la información confidencial que trate de las transacciones o secretos internos de la misma, como por ejemplo, instalaciones internas, secretos comerciales, procesos, investigaciones, proyectos, comprobantes, transferencias y negociaciones. De este modo la información de asociados, empleados y afiliados será protegida de acuerdo a los estándares legales vigentes. De esta manera se prohíbe las copias, generación de archivos, grabaciones o copias sin autorización previa por parte de la administración y según las disposiciones legales. Así también después de terminar relaciones laborales o comerciales se mantienen los protocolos de privacidad de la información recaudada en el tiempo de duración de tales relaciones.

Los grupos de personas al cual está dirigido este código, deberán acatar la normatividad en cuanto a reserva bancaria, cuidando de no permitir que la información privada de la empresa o de sus grupos de interés sea conocida por personas ajenas a la organización.

Conflictos de intereses

Este se deberá regir por los principios y valores cooperativos, las sanas prácticas administrativas y financieras a fin de lograr un proceso caracterizado por la transparencia, la

coherencia, la equidad y la integridad entre la naturaleza cooperativa y la gestión empresarial de la intermediación financiera.

Pasos para evitar una situación de conflicto de intereses:

- Los servicios de la empresa no se deben prestar exclusivamente para los intereses personales de un tercero.
- No se deben dar reconocimientos basados en la familiaridad del tercero con algún empleado, asociado o ahorrador, debe existir una base justa y real para otorgarlo.
- Las relaciones comerciales se deben realizar con beneficio exclusivo para la empresa y no personal de algún involucrado.
- Los empleados deben evitar recibir gratificaciones monetarias de terceros como beneficio debido a algún contrato o transacción.
- Promover la equidad y el reconocimiento de logros.
- Cumplir con los puntos de los contratos establecidos sin considerar beneficios personales.
- De ninguna forma, nuestros trabajadores se aprovecharán de su posición para generar mayores beneficios para sí mismo, sus familiares, colaboradores o personas cercanas.
- Se deben evitar las preferencias; como profesionales en el campo financiero, nuestra actuación debe ser imparcial, equitativa e igualitaria, en cuanto a la oferta de los productos y servicios, el trato a las personas.
- Los Directivos, Administradores y Empleados, deberán manejar y mostrar siempre rectitud en sus actuaciones, evitando de que sus animosidades o amistades personales lleguen a influir sobre sus decisiones, en cuanto a las actividades propias de la empresa, relacionadas con negocios u operaciones, otorgamiento de tasas, descuentos o exoneraciones.

- La Cooperativa Confiar respetará y garantizará los derechos y libertades públicas consagradas en la Constitución Política de Colombia; pero observará atentamente los deberes que como ciudadanos debemos cumplir siendo respetuosa de la ley y de la normatividad, por lo que no tolerará comportamientos contrarios tanto fuera de la institución como dentro en los relacionados con afectación al buen nombre e imagen.

La Conciliación para la Solución de Conflictos Internos

Como mecanismo de solución a los conflictos generados, se incita aplicar la “conciliación”. Los conflictos generados en la labor se someterán a procedimientos de conciliación de acuerdo a normas legales si es el caso, y a las normas y principios con los cuales establece la empresa dentro de este manual de conducta, de modo que se garantice la armonía en el ambiente de trabajo y el exterior.

Conducta interna

Los grupos específicos relacionados con la Cooperativa Confiar, en ejercicio de sus funciones, deberán supeditar sus actuaciones a los principios y valores reseñados por la organización en el marco de sus políticas, planteadas como postulados, definiciones y enunciados base para los procesos de participación, derechos y tratamientos de sus asociados, gobernabilidad y relacionamiento.

Las normas que deben regir en las relaciones internas y externas son descritas en los siguientes puntos:

- Hacer uso eficiente y legítimo de los activos, desde los equipos de oficina hasta las instalaciones de la empresa.
- Aprovechar los sistemas de información eficazmente para contribuir al desarrollo de la Cooperativa Confiar.
- Aprovechar las ventajas que ofrece trabajar en equipo, mantener la cultura de colaboración y contribuir a la solución de problemas de manera grupal, comprometida y en pro de los objetivos de la empresa.
- Afianzar relaciones laborales y comerciales integrales y transparentes procurando el beneficio mutuo y evitando la competencia desleal.
- Cumplimiento de las exigencias legales en cuanto a la garantía de la seguridad laboral, los requisitos normativos y las prácticas ambientales sustentables.
- Todos los documentos y valores de la empresa deben ser realizados con honestidad.
- Los datos privilegiados deben ser tratados con confidencialidad evitando violar la legitimidad de la información recaudada voluntariamente por parte de los trabajadores, asociados y ahorradores.
- Los trabajadores deben regirse al contrato de confidencialidad y evitar filtrar información privilegiada.
- Tratar con respeto y dignidad a todos los integrantes de la empresa, asociados, ahorradores y cualquier persona que tenga relación con la Cooperativa Confiar.
- Fomentar la comunicación como medio para la solución de inconvenientes.

Visión.

En el año 2020 la Cooperativa Confiar será reconocida públicamente por su contribución a la construcción de una verdadera tradición cooperativa y solidaria, plataforma fundante para hacer un país donde sea posible el bienvivir.

Misión.

Contribuir al bienvivir de sus Asociados, Ahorradores, empleados y la comunidad, a la construcción de tejido social, pensamiento, cultura y circuitos económicos solidarios, mediante la operación de productos y servicios financieros, fomentando vínculos de cooperación, confianza y permanencia.

Valores.

Considerando nuestro pensamiento transparente, la calidad de las prácticas ejecutadas, y la razón de ser de la Cooperativa Financiera Confiar tenemos cinco (5) valores fundamentales:

Perseverancia.

Lucha constante para el logro de los objetivos y metas corporativos. Aptitud positiva frente a las adversidades, consecución de logros, superación, lucha constante y progreso.

Conductas y comportamientos propios.

Alcanzar las metas propuestas. - Brindar soluciones a las dificultades que se generen. - Esfuerzo continuo para obtener resultados.

Responsabilidad.

Es responder y actuar acorde con la Cooperativa Confiar ante los hechos diarios y los cambios del entorno asumiendo las implicaciones de las decisiones emprendidas.

Conductas y comportamientos propios.

Cumplir con los compromisos adquiridos en cada puesto o área de trabajo. - Cumplir con los tiempos establecidos para cada tarea o compromiso. - Confiabilidad y cumplimiento en los negocios comerciales y transacciones monetarias.

Transparencia.

Acciones y comportamientos ejecutados de acuerdo a la ley, permitiendo procesos limpios y toma de decisiones eficientes.

Conductas y comportamientos propios.

Cumplimiento de normas legales que afectan las actividades de la empresa. - Honestidad y seriedad en el comportamiento laboral de los empleados. - Rechazar el soborno, la discriminación y la corrupción en el área de trabajo y toda actividad en la cual la empresa se encuentre involucrada.

Colaboración.

Capacidad para potenciar el talento colectivo y el trabajo en grupo para el logro de objetivos.

Conductas y comportamientos propios.

Rechazo del acoso sexual y el abuso del poder en la empresa. - Sinergia. - Participación. - Logro de objetivos colectivos. - Sentido de pertenencia.

Equidad.

Se facilita el desarrollo social de los empleados, asociados y ahorradores, mediante la distribución justa de beneficios y deberes.

Conductas y comportamientos propios.

Facilitar el acceso a oportunidades, ventajas y beneficios que contribuyan a la superación laboral y personal. - Imparcialidad en la toma de decisiones. - Evitar la discriminación. - Facilitar el acceso a la información.

Coherencia.

Pensamos y actuamos de acuerdo a la misión y la visión corporativas.

Conductas y comportamientos propios.

Cumplimiento de los Valores y los Principios corporativos. - Cumplimiento de la Misión y la Visión corporativa. - Cumplimiento de las metas y los objetivos propuestos para cada periodo.

Principios.

La Cooperativa Financiera Confiar para su sana conducta y el desarrollo de sus actividades empresariales y financieras, se rige bajo los principios:

Responsabilidad social.

Está comprometida con el desarrollo, el bienestar y la calidad de vida de los colaboradores, creyendo en la familia como el núcleo de la sociedad. De esta manera contribuye mediante programas y beneficios a mantener la salud emocional dentro de las familias de los colaboradores para obtener un impacto positivo dentro de la sociedad.

Respeto a la persona.

El desarrollo de la empresa se debe en parte importante a la combinación del talento y las capacidades de las personas que laboran en la empresa, la calidad de asociados y ahorradores afiliados a la Cooperativa Confiar, por esto, contribuimos al desarrollo de los empleados,

creemos en el respeto a los derechos y la dignidad, garantizamos condiciones óptimas de seguridad del personal, promovemos la diversidad e igualdad y fomentamos dialogo constante.

Honesto desempeño.

Relaciones de competencia y colaboración donde exista el compromiso y honestidad, procesos transparentes, desempeños correctos de los empleados y veracidad de la información recibida por parte de los asociados y ahorradores.

Calidad responsable.

La búsqueda de la excelencia en cada uno de los procesos de la Cooperativa Confiar. Se acepta el cambio e innovación permanente promoviendo la mejora continua y evaluación constante, siempre cumpliendo con los plazos propuestos y tomando cada responsabilidad como componente vital para garantizar los servicios ofrecidos por la empresa.

Políticas

Las políticas de relacionamiento que la Cooperativa Confiar promueve son las siguientes:

- Garantiza el cumplimiento de las leyes vigentes que le conciernen mediante la transparencia de uno de sus procesos y la verificación de la información y antecedentes financieros de sus empleados, asociados y afiliados.
- Salvaguarda y protege la información confidencial de sus clientes y trabajadores, así como sus transacciones financieras y secretos comerciales que siendo divulgadas puedan afectar negativamente el estado de los involucrados.
- Se celebran contratos de confidencialidad con asociados, ahorradores y empleados mediante el suministro de información requerida y estipulando los acuerdos de tan contrato.

- Se compromete con la revisión de sus principios corporativos para asegurar siempre que el impacto de su actividad económica pueda tener sobre la sociedad se siempre positivo y proactivo.
- Sostiene una comunicación transparente y proactiva con los entes gubernamentales de la región de modo que se creen relaciones estables con entes públicos que permitan la información oportuna y el fortalecimiento de la buena reputación de la Cooperativa Confiar.
- Ejerce una gestión del entorno responsable, promoviendo prácticas ambientales eficientes que generen sostenibilidad del medio ambiente.
- Uso y aplicación de las TICS para el sistema de gestión financiero potenciando el desarrollo de la empresa que permita el análisis del estado actual de la empresa y la identificación de debilidades y amenazas que desafíen la estabilidad de las finanzas de la empresa.
- Cree en su talento humano como un engranaje importante para el desarrollo de la empresa por esto atrae, retiene y forma a su capital humano para hacer frente a las necesidades de la entorno.
- Fomenta un ambiente de trabajo adecuado, brinda salud y seguridad a los empleados, asociados y afiliados, mediante prácticas de prevención.

Cumplimiento de leyes y reglamentaciones locales (contravenciones).

Como toda empresa legalmente constituida en Colombia y de acuerdo a los postulados relacionados explícitamente en la Constitución Política, donde relata que toda persona natural o jurídica está en la obligación de colaborar con las autoridades, la Cooperativa Confiar en el marco de sus principios y concepción estratégica, basados en la solidaridad y cooperativismo,

acata completamente estas instrucciones y ha dado implícita orden a los grupos que la integran, de brindar la información solicitada por los canales oficiales definidos por ley, a las autoridades correspondientes a nivel administrativo y judicial.

Este código de conducta es el equivalente a nivel interno y relaciona a grosso modo, todas las disposiciones legales y normativas expedidas en el país por los organismos de control, inspección y vigilancia, respecto a actividades monetarias y crediticias, por lo que nuestros empleados deberán enmarcar en éstas su actuar y decisiones, alineados con los principios, valores, políticas y códigos de conducta interno.

Uno de los temas más álgidos es el Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo, por toda la lamentable historia que ha tenido el país con el narcotráfico y el terrorismo, por lo que la Cooperativa Confiar entendiendo sus consecuencias nefastas en los ámbitos económicos, de seguridad y social, ha dispuesto que los directivos, trabajadores y empleados prevengan y controlen estas actividades.

Es responsabilidad de nuestra empresa, vigilar que los procesos financieros se operen bajo los más altos estándares de calidad y eficiencia, de modo que se cierren brechas que puedan ser capitalizadas por ilegales para tratar de legalizar sus dineros ilícitos. Controlamos la procedencia de los recursos, así como la integridad de nuestros clientes, garantizan que su dinero sea producto de actividad completamente lícita y transparente.

Revisoría Fiscal.

La contaduría llevada a cabo en la Cooperativa Confiar se realiza con honestidad, integridad e imparcialidad. Aquel que se ha designado como Revisor Fiscal debe aceptar el manejo de confidencialidad de la información con la que deba tratar. La credibilidad del mismo debe estar regida por el cumplimiento de las normas éticas, para que a través del ejemplo, sea garantía de un proceso transparente y confidencial.

Colaboración con las Autoridades.

Compete a todas las instancias de la Cooperativa Confiar colaborar de manera permanente, oportuna, suficiente y eficiente, con las autoridades administrativas y judiciales, en el cumplimiento de las funciones a éstas asignadas en normas de carácter constitucional, legal y reglamentario.

Esta obligación de manera particular se refiere a la información que debe ser remitida a las autoridades y que debe ser reconocida como la adecuada.

Relación con los Clientes y Usuarios.

- Se ofrece un servicio eficiente y de calidad con valor agregado sin esperar retribución adicional.
- Los clientes recibirán una capacitación o inducción para darles a conocer la empresa y los beneficios que se les ofrece.
- Las quejas y reclamos se atenderán dentro de un tiempo de 24 horas.

- Las negociaciones se deben realizar con personas con las cuales se haya constatado su situación e información, así como haber comprobado la procedencia de su rentabilidad económica e ingresos.

Relación con los Proveedores.

Para la contratación con proveedores se realizará un análisis de antecedentes, con aspectos como historia, calidad del servicio, comportamiento ético y cumplimiento. Estas contrataciones se realizarán basadas en el beneficio, calidad y costo que puedan ofrecer a la Cooperativa Confiar. Se va a fomentar las relaciones honestas e íntegras logrando un Ganar-Ganar ético.

Relaciones en el Ambiente de Trabajo.

- Se respeta la biodiversidad ideológica, racial y cultural que exista dentro de la empresa.
- Las relaciones laborales deben estar enmarcadas en los principios y valores corporativos, siempre con mucho respeto y resaltando la dignidad del ser humano.
- Se deben respetar las normas laborales y de conducta designadas en este código de conducta.
- Se debe promover la comunicación y evitar los conflictos que se puedan generar.
- Se debe evitar la discriminación de cualquier tipo y hacia cualquier persona.

Favores comerciales / regalos / entretenimiento.

La actuación de los grupos de trabajo, deberá estar basada siempre en los principios de imparcialidad, honradez, profesionalismo, equidad e igualdad, que forjan en su absoluto criterios de actuación objetivos, que se alejen de comportamientos influidos frente a dar, ofrecer o recibir, dadas, regalos, invitaciones y otros aspectos que influyan directa o indirectamente en sus

decisiones, frente a beneficios adicionales, agilidad en trámites u otorgamiento de productos y servicios, sin el lleno de los requisitos legales, que aplican para todas las personas.

No obstante, teniendo en cuenta que la empresa en el marco de su razón social, objetivos y actividades empresariales, debe reunirse con potenciales clientes, se autoriza a los empleados, administradores y directivos a entregar suvenires propios de la empresa, como una forma de recordatorio, creación de vínculo, identidad y para establecer contacto, los cuales deberán ser de bajo costo. Asimismo se autorizan atenciones propias en el marco de las reuniones, tales como bebidas, comidas, que no excedan de los límites justos y necesarios.

Se aclara que frente a lo manifestado en el anterior, párrafo se deberá dejar constante escrita específica de los gastos en los que se incurrió, mediante el respectivo recibo acompañado de un informe que describa las justificaciones de los gastos, fecha, lugar y datos del cliente o potencial cliente.

Por esto la Cooperativa Confiar se compromete a:

- No prestar su nombre, ni servicios en beneficios de terceros que no estén dentro de la Misión de la empresa.
- El comportamiento de los empleados y beneficiarios estará sustentada en los principios corporativos y los objetivos de la empresa.
- El comportamiento de la empresa y sus trabajadores no será influido bajo ningún concepto por favores, regalos, donaciones o demás.

- La Cooperativa Confiar y sus empleados no podrán bajo ninguna circunstancia ofrecer o aceptar de ninguna manera regalos, favores o beneficios de entretenimiento o cualquier otra índole para influir en la toma de decisiones o adelantar negocios para su propio beneficio o de terceros. Esto a excepción de regalos publicitarios o invitaciones institucionales con valor comercial y costo viable.
- Todas las transacciones como cuentas de cobro y pago ejecutados por y para la Cooperativa Confiar deben ser sustentados con los respectivos comprobantes y razones de ser.

Uso de la información de la empresa

En el marco de la política de privacidad y protección de datos de la Cooperativa Confiar, y en el marco de los derechos fundamentales consagrados en la carta magna, frente al habeas data, la empresa se compromete a garantizar que la información recolectada, almacenada y administrada, por sus diferentes dependencias y distintos lugares del país, con ocasión de la prestación de sus productos y servicios, será reservada y protegida de acuerdo a la normatividad vigente.

No obstante, se debe tener claridad de que la información estará disponible tanto para los mismos clientes, en cuanto a una necesidad de actualización y corrección de datos, que se deberá realizar en las oficinas y horarios establecidos. Asimismo, cuando se considere necesarios para las autoridades judiciales, en caso de ser requerida de oficio, en el marco de procesos investigativos, claramente sustentados y soportados, donde la ley nos obliga a cooperar abiertamente.

Resulta pertinente aclarar que la información personal de nuestros clientes y asociados, se entenderá como apellidos, nombres, lugar y fecha de nacimiento, documento de identificación personal, sexo, dirección, correo electrónico, teléfono fijo, celular y otra que con ocasión del producto o servicio a prestar u ofrecer, sea requerida para adelantar tramites, estudios, referencias y verificaciones solicitados por la Cooperativa Confiar.

La información de clientes, asociados y ahorradores, será aportada de manera voluntaria, siendo responsabilidad de la empresa de que los mismos, sean conscientes y tengan conocimientos, del por qué y para que se requieren los datos, así como del uso que la empresa le dará a los mismos, de acuerdo a los términos establecidos por la ley.

Manejo de la Información.

Guardar la Reserva Bancaria.

Se realizarán contratos de confidencialidad para los empleados, de modo que se abstengan de revelar la información de la Cooperativa Confiar, respecto a los datos relevantes de asociados y ahorradores, ya sea cierta o falsa. Se deben respetar los acuerdos de confidencialidad firmados con terceras partes (clientes, proveedores, otros terceros; su incumplimiento se compensa legalmente con multa y suspensiones según lo establecido en los contratos.

Esta disposición se observará sin perjuicio de las normas expedidas en relación con el levantamiento de la Reserva Bancaria y de manera particular de las disposiciones dictadas en relación con la prevención y sanción de actividades delictivas.

Guardar la Confidencialidad de las operaciones y negocios

- Los documentos con información privada deben ser reservados y alejados del público.
- Los secretos comerciales de la empresa deben ser contenidos y no divulgados por parte de ningún empleado, las bases de datos de clientes, asociados, trabajadores, captación de clientes, secretos industriales y estratégicos e información bancaria deben estar seguras bajo claves y llaves para evitar los filtros de información importante.
- Los movimientos monetarios de la empresa debe estar al tanto solamente de la persona a cargo de cada función, de modo que mantenga una debida reserva de los documentos e información confidencial que se encuentra bajo su responsabilidad.

Abstenerse de divulgar o hacer uso indebido de Información Privilegiada.

- A la información privada solo tendrán acceso las personas calificadas en variación con su cargo con el fin de realizar las transacciones empresa-cliente o empresa-asociados con altos estándares de restricción y codificación para evitar el traspaso e intercambio de información restringida con terceros.
- La información privilegiada solo debe ser usada para transacciones de la empresa sin atentar con la confidencialidad allí contenida y sin afectar a ninguna parte.

Prevención y Control de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo.

La Cooperativa Confiar y sus trabajadores creen en la transparencia de los procesos, comprometiéndose a:

- Llevar una única contabilidad legal y transparente.
- Garantizar la veracidad de toda la información suministrada por los asociados y ahorradores.

- Verificar la honorabilidad e integridad de las actividades lícitas y transparentes de los asociados y ahorradores. Verificar la declaración de las actividades económicas de los clientes así como los movimientos y operaciones que se realicen en la Cooperativa Confiar.
- Reportar las actividades sospechosas respecto a los negocios o transacciones entre el cliente y la Cooperativa Confiar, en primera instancia al involucrado y en segunda instancia a las autoridades si ese es el caso.
- Los empleados que afecten cualquier proceso de manera ilegal se debe proceder al respectivo trato dependiendo de la profundidad del asunto.

Comunicaciones estratégicas

La organización posee dentro de su estructura organizacional una jefa de comunicaciones, encargada de emitir oficialmente los comunicados de la Cooperativa Financiera Confiar, frente a su estructura social, comités auxiliares, estructura administrativa, informes de organismos de control, entre otros.

Nadie a excepción de una instrucción emitida por los directivos, podrá dar declaraciones públicas o manifestarse ante grupos de personas, respecto a problemáticas que puedan ocurrir en la empresa, tanto internas como con los clientes. Está claro que la empresa debe responder, y lo hará mediante los canales y las personas autorizadas para emitir declaraciones o posiciones frente a alguna situación que se pueda presentar producto de su misión.

Contratación de familiares

La Cooperativa Confiar garantiza la igualdad de oportunidades de sus empleados evitando el favoritismo, por esto la empresa tiene como política no emplear a parientes cercanos de los trabajadores, ni el uso del poder para contrataciones deshonestas e injustas.

Sobornos

Conducir la actividad comercial de forma justa, honesta y transparente. No pagar ni ofrecer sobornos, ya sea directa o indirectamente, para conseguir ventajas comerciales. No aceptar sobornos, tanto directa como indirectamente, para conceder ventajas comerciales. Desarrollar un programa para implementar y respaldar estos principios. La cooperativa Confiar promueve la honestidad y transparencia de todos los procesos.

Normas de seguridad en el trabajo

- Reportar cualquier situación a la administración situación de inseguridad o de daño en los implementos electrónicos, en las redes eléctricas e instalaciones en general.
- Dejar actuar al personal autorizado y capacitado al reportarse cualquier situación anterior.
- Preguntar los procedimientos de cualquier equipo si lo desconoce.
- Se prohíbe fumar y consumir cualquier sustancia alucinógena y embriagante en las instalaciones o llegar a la empresa en estado de ebriedad.
- Los trabajos de reparación serán realizados por el personal capacitado.
- Estar alertas a las condiciones ambientales.

Normas de higiene en el trabajo

- Promover la importancia del lavado de manos y la higiene oral en los empleados.
- Promover información acerca de la prevención de enfermedades y el manejo de las mismas para evitar el contagio.
- Permitir permisos laborales a empleados con enfermedades que puedan ser fácilmente contagiadas en un ambiente de trabajo cerrado.
- Contar con botiquines actualizados e implementos de higiene como jabones líquidos antibacteriales, papel higiénico y sistema de secado al aire.
- Realizar la limpieza de las instalaciones con productos detergentes de buena calidad.
- Portar ropa de trabajo adecuada limpia y exteriorizar un aspecto pulcro y organizado para los asociados y afiliados.

Orden y limpieza en el sitio de trabajo

- Los empleados encargados de los oficios domésticos y/o varios se encargan de la limpieza general de las oficinas y el lugar de trabajo.
- Se deben dejar los implementos de trabajo como cajas, cajones, escritorios, computadores y demás en el sitio correspondiente de forma ordenada para evitar accidentes laborales e incomodidad, garantizando las condiciones adecuadas de trabajo.
- El orden le corresponde a todos los empleados de la empresa.
- El sitio de trabajo debe estar limpio y los implementos ordenados de modo que la seguridad de los asociados y empleados sea prioridad.

- Para depositar la basura se deben usar recipientes adecuados para tales fines dependiendo del sistema de reciclaje utilizado por la empresa.
- Los depósitos de basura deben estar dispuestos alrededor de la empresa en puntos estratégicos para que abarquen la totalidad de las instalaciones y con información visible para todos.

Cultura, social y religión

La Cooperativa Financiera Confiar cree en la diversidad ideológica, política, social y religiosa existente en el país por esto respeta la posición de cada empleado, usuario, proveedor y terceros respecto al tema. Por lo tanto la empresa no se opone a que sus empleados participen en prácticas que los identifiquen y los unan a la sociedad mediante la expresión de sus pensamientos e ideales.

Respeto la filiación política, credo religioso o raza de sus clientes (socios y ahorradores), teniendo en cuenta para la interacción y realización de negocios, su cultura, idiosincrasia, de manera que antes de visibilizar algún tipo de discriminación, puedan reconocer los principios fundamentales de nuestra cooperativa, basados en la solidaridad y cooperativismo financiero.

Los trabajadores, empleados y directivos, deberán entonces evitar favorecer o discriminar a los clientes, compañeros de trabajo o terceros por su orientación sexual, política, religiosa, costumbres, entre otras, para lo cual deberán estar apegados a nuestros principios y valores institucionales, en el marco del respeto por las diferencias, el pluralismo, la democracia, entendiendo que hacemos parte del mismo objetivo.

No obstante, se reitera que sus actuaciones o comentarios de tipo religioso, político, sexual, entre otros, no deberán transgredir las reglas y normativas de la institución, y aquellas establecidas en normas supremas a nivel nacional, así como afectar su trabajo o relación con los clientes.

Marco normativo

- Constitución política de Colombia.
- Decreto 410 de 1971: código de comercio.
- Ley estatutaria 1581 de 2012: protección de datos.
- Código de conducta Cooperativa Financiera Confiar.

En la siguiente tabla se detallan los recursos necesarios para la implementación del código de conducta previamente expuesto:

Tabla 2. *Recursos financieros y decisiones de inversión del código de conducta*

Actividad	Descripción	Total
Asesoría de expertos	Contratación de 2 expertos que acompañen todos el ejercicio, desde la planeación hasta la evaluación	\$10'000.000
Papelería y elementos requeridos	Material necesario para cada etapa, incluyendo elementos complementarios e impresiones (borradores y documento final).	\$1'000.000
Equipos informáticos imprevistos	Préstamo y compra de equipos con los que no cuente la empresa, tales como video Beam, computadores portátiles, cables de conexión, tv, entre otros (opcional y de acuerdo a necesidad).	\$2'000.000
Transporte	Del personal para los ejercicios y de los expertos	\$500.000
Salario personal participante	Equivalente al salario del personal inmerso en la actividad (jefe de recursos humanos y equipo de 3 personas más).	\$25'000.000
Herramientas y programas informáticos	Programas especiales para la recolección y tratamiento de datos (opcional)	\$5'000.000
Horas extras	Del personas comprometido e inmerso en la actividad (aproximado)	\$5'000.000
TOTAL		\$48'500.000

Fuente: elaboración propia

Glosario

- **Clientes:** es la persona u organización que compra un producto o recibe la prestación de un servicio, y mantiene una relación comercial con una empresa. (Grupo Edebé, 2018)
- **Código de Ética y/o conducta:** es un documento que establece los comportamientos de las personas que perteneces a determinada organización o empresa; supone una normatividad interna de obligatorio cumplimiento. El fin último del código es conservar es impartir un lineamiento básico para el comportamiento organizacional uniforme. (Definición.de, 2018)
- **Comunicación estratégica:** Es un proceso continuo e interactivo en el cual se involucran aquellos actores de interés organizacional, a través de un lenguaje comunicacional; es decir, a través de la generación de un flujo información continuo y un entendimiento sinérgico de la organización, se genera un proceso transaccional de mensajes estratégicos organizacionales. (Garrido, 2013)
- **Conciencia colectiva:** Es la integración y sinergia de las conciencias individuales de las personas que conforman una organización. Esta integración se logra a partir de la experimentación del entorno, la experimentación de la interioridad, y la integración. Lo anterior, a través de una estructura de red a través de la cual la organización mantiene una conciencia compleja de su ser. (Kofman, 2018)
- **Conducta interna:** Es el Saber Hacer de una organización, su actividad y su comportamiento, que se establecen a partir del hacer cotidiano de la empresa. (Capriotti, 2002)
- **Confidencialidad:** Es una práctica relacionada con la producción de información confidencial, en la que los responsables son quienes deciden quien tiene derecho a acceder la misma. Generalmente, la información confidencial incluye material que puede poner en riesgo a una organización, la seguridad de una nación, entre otro. (Definición.de, 2018)

- **Conflicto de intereses:** es aquella situación en la que el interés primario y la integridad de sus acciones de un individuo se ven influenciados por un interés secundario, generalmente económico o personal; es decir, existe conflicto de intereses cuando las decisiones de un individuo están sesgadas por interés propio o de un tercero. (Gob.mx, 2018)
- **Ética gerencial:** es la ética aplicada a la gerencia; es decir, las acciones que los gerentes realizan diariamente en su trabajo, y que respetan los valores y principios éticos establecidos por ellos mismo, por la organización a la cual pertenece, y por la sociedad. (Rodríguez, 2005)
- **Modelo gerencial:** son aquellas prácticas gerenciales orientadas al mejoramiento de la eficacia y la eficiencia de la dirección de las empresas y la consecución de sus resultados. (Arbeláez, Serna, & Díaz, 2014); es decir, aquella estrategia de gestión la cual es base para el direccionamiento estratégico de una organización.
- **Principios y valores corporativos:** son los pilares de la organización pues, a través de estos, se enmarcan el comportamiento de la misma y la conducta de los empleados. Estos deben ser convincentes, ejemplares, coherentes, y estar encaminados a la gestión del negocio. (Guzman, 2018)
- **Proveedores:** es la persona o empresa que abastece a otra empresa o comunidad a partir de la entrega de bienes o prestación de servicios. (FOSADO, 2018)
- **Responsabilidad Social Empresarial:** es una forma de negocio en la cual la empresa encarga que su operación sea sostenible en el componente económico, social y ambiental, a partir del conocimiento de los intereses y necesidades de la sociedad. Es una visión en la cual se integra el respeto por las personas, valores éticos, conservación del medio ambiente, con la gestión de la empresa. (Cajiga, 2018)

- **Soborno:** es un delito relacionado con la exigencia y/o aceptación de dádivas para favorecer a un tercero a través de la omisión de alguna acción o instancias del cargo. (Definicion.de, 2018)
- **Stakeholder:** cualquier grupos y/o individuos identificable que es afectado o pueda afectar por la consecución de los logros de la organización ("la Caixa" Chair of Coporate Social Responsibility and Coporate Governance University of Navarra, 2018)
- **Ventaja competitiva:** es una característica de una empresa que es sostenible en el tiempo, le permite distinguirse de la competencia y obtener rentabilidades por encima del promedio del sector en la cual se desempeña; lo anterior, como resultado de su mejor enfrentamiento frente a las cinco fuerzas competitivas. (Pontificia Universidad Católica de Valparaiso, 2018)

Stakeholders

Breve descripción de los Stakeholders

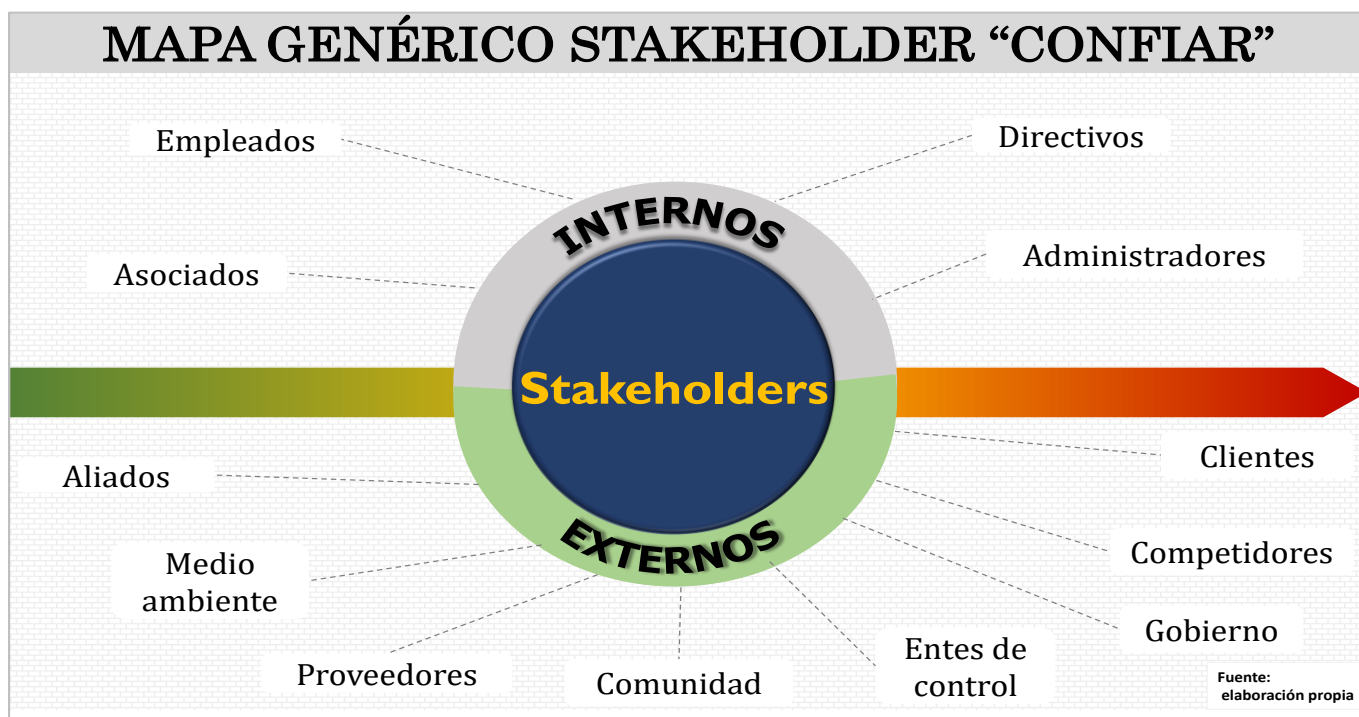
Stakeholders es una palabra inglesa, que en el ámbito de la empresa, significa parte interesada o interesado. Hace referencia a las organizaciones o personas que toman parte en las decisiones de una compañía y que están afectadas por sus actividades. Se podrían considerar por los grupos de interés que rodean a la empresa.

En toda empresa, además de los gestores o dueños, participan distintos grupos sociales y actores importantes, que tienen un claro interés en que el negocio funcione de la mejor manera posible. Pueden estar implicados de forma directa o indirecta. Entre los ejemplos de Stakeholders de una empresa, encontramos a los trabajadores, proveedores, inversores, accionistas, socios, clientes, entes públicos, sindicatos, organizaciones civiles, entidades no gubernamentales y en definitiva el conjunto de la sociedad. (Economiasimple.net, s.f.)

Habitualmente, se suelen clasificar los Stakeholders en tres grandes grupos: los internos, los que tienen una conexión directa y los externos (ver gráfica 1).

1. Internos: empleados, accionistas, socios,...
2. Conectados (relación directa): clientes (los podríamos clasificar por tipología), entidades financieras, distribuidores, proveedores, ...
3. Externos: gobierno, medios de comunicación, comunidades, foros, grupos de presión, sociedad en general. (Advenio, s.f.)

Mapa genérico para la Cooperativa Financiera Confiar



Grafica 1: Stakeholders seleccionados

El seguimiento a la estructura funcional de la Cooperativa Financiera Confiar, permite destacar que actúan bajo tres (3) nodos de poder o fuerzas, que deben trabajar armoniosamente e interactuar en procura de generar el equilibrio necesario y la sinergia para lograr los objetivos propuestos:

1. Integración: que se refiere a los asociados.
2. Dirección: que orienta y dirige el equipo de trabajo.
3. Estructura: materializa y presta los servicios.

Estas tres (3) fuerzas son las que le dan vida a los grupos de interés internos como se muestra en la gráfica No. 1, representados por los Asociados, Empleados, Directivos y Administradores, siendo los llamados a mantener un comportamiento ético y transparente hacia los grupos de

interés externos: Empresas (aliados), medio ambiente, proveedores, comunidad, entes de control, gobierno y clientes.

La barra horizontal con tres (3) colores de criticidad, hace énfasis en la importancia que representa cada Stakeholders (de acuerdo a su ubicación en la gráfica), en cuanto a aspectos como el control, dirección y evaluación, clave en el funcionamiento de la organización y en su relación con su entorno más próximo.

Internos:

- Empleados: personas con las que se tiene un contrato o relación de tipo laboral.
- Asociados: personas vinculadas a la Cooperativa Confiar, que deben asumir un compromiso como copropietario, además de participar en procesos democráticos dentro de la organización, cumpliendo con los estatutos internos.
- Directivos: son quienes hacen parte de la Asamblea General de Delegados, del Consejo de Administración, Junta de Vigilancia, Junta Directiva, Revisoría Fiscal y Defensor del Cliente.
- Administradores: pertenecientes al Consejo de Administración, la Gerencia Corporativa, la Gerencia General y los Representantes Legales.

Externos:

- Aliados: son todas aquellas organizaciones con las que está vinculada la Cooperativa Confiar, en ámbitos como comercial, cultural, desarrollo, educación y empresarial, ya sea para ofertar productos o servicios de manera conjunta y complementaria, o mediante convenios para temas como pago de nómina, descuentos y recaudos, planes educativos y/o culturales. Algunas de estas empresas son, **Corporación Cultural Estanislao Zuleta, Aseguradora Solidaria, Los Olivos, Equidad Seguros, Museo de Antioquia, CONFECOP Antioquia, Corporación Canto Alegre**, entre muchas otras.

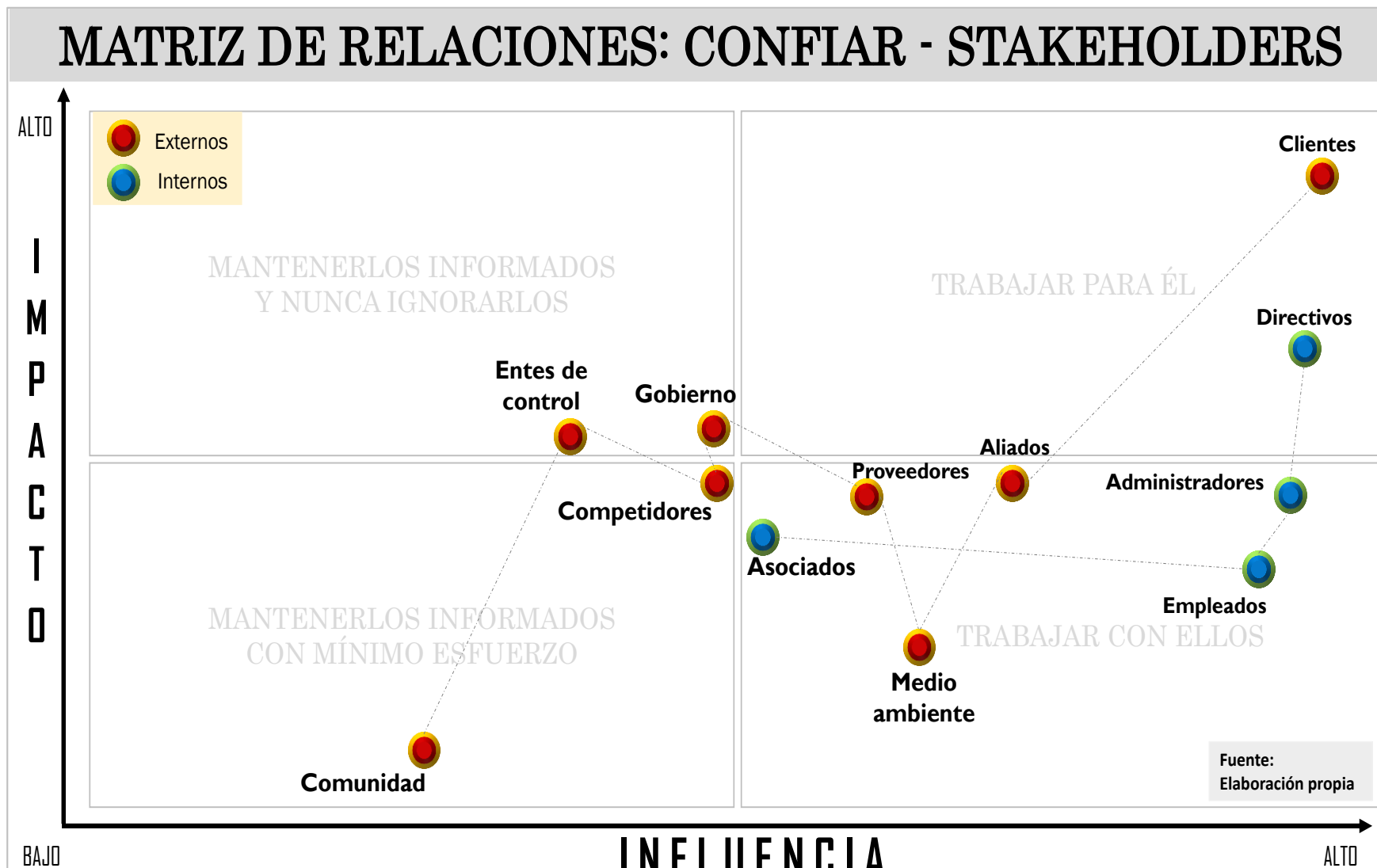
- Medio ambiente: todos los recursos naturales que se encuentran alrededor de nuestras diferentes sedes y en los lugares donde desarrollamos actividades de promoción. Igualmente, se tiene en cuenta el impacto que se genera con proyectos financiados o con alguna forma de participación de la Cooperativa Confiar.
- Proveedores: son todas aquellas organizaciones que prestan un servicio a la organización, para facilitar y agilizar las actividades empresariales y servicios a sus clientes, tales como **SERVIBANCA, ASOPAGOS, REDEBAN Multicolor**, las cuales facilitan los pagos y retiros de dinero. Dentro de esta categoría también se incluyen los proveedores de servicios intangibles como redes de comunicación, conectividad, asesorías especializadas, talleres y/o capacitaciones a los colaboradores en temas afines de la Cooperativa Confiar; del mismo modo se incluyen proveedores externos, que suministran todos los materiales y productos necesarios para el funcionamiento interno (papelería, utilería, elementos de aseo y cafetería, etc.).
- Comunidad: es toda la población que hace parte del entorno empresarial y que de manera directa o indirecta es impactada por las operaciones de la Cooperativa Confiar.
- Entes de control: encargados de regular los movimientos financieros sospechosos, en cabeza de la Superintendencia Financiera y vigilada por organismos como la Unidad de Inteligencia y Análisis Financiero - UIAF. Así como el ente de respaldo de los usuarios de las cooperativas en Colombia, que para el caso sería el Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas – FOGACOO.
- Gobierno: hace énfasis a las autoridades administrativas tanto del orden nacional como regional y local, que con sus políticas, normatividad y necesidad de cooperación de parte de las empresas, inciden en el trasegar de la misma. En esta categoría se agrupan las

Gobernaciones, Alcaldías, Corporaciones Autónomas Regionales y demás organizaciones con algún tipo de injerencia en las operaciones de la Cooperativa Confiar.

- Clientes: todas aquellas personas, agremiaciones u organizaciones que reciben algún tipo de producto o servicio por parte de la Cooperativa Confiar.
- Competidores: todas aquellas cooperativas dedicadas a la intermediación financiera, y a la oferta de productos de ahorro y crédito, tales como:
 - Cooperativa Financiera de Antioquia (CFA).
 - Cooperativa John F. Kennedy (JFK).
 - Cooperativa Financiera COTRAFA.
 - Cooperativa Financiera COOFINEP.

En esta categoría además se pueden incluir las entidades financieras o bancarias del orden nacional, cuyas operaciones y compiten de cierta forma con aquellos servicios similares a los ofrecidos por la Cooperativa Confiar. Algunas de las más importantes son: Bancolombia, Grupo AVAL, Banco Agrario, BBVA y Santander.

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



Grafica 2: Matriz de Relaciones stakeholders Cooperativa Financiera Confiar

De acuerdo a la matriz de relaciones definida para la Cooperativa Financiera Confiar en la gráfica No.2, se presenta la siguiente distribución de los actores identificados:

Impacto Alto.

Se priorizaron con un impacto alto a los Entes de Control y Gobierno, dicha clasificación se da de acuerdo a las repercusiones e incidencia tanto negativa como positiva, que podrían presentarse en el desarrollo de las actividades económicas y sociales; sí por alguna razón no se informa a los actores mencionados sobre posibles cambios en las operaciones internas de la Cooperativa Confiar, llámense modalidades de crédito, ahorro o inversiones, que puedan poner en riesgo el capital invertido por nuestros asociados; de ahí la necesidad de mantenerlos informados y nunca ignorarlos, para que la transparencia y la legalidad sean parte de los objetivos institucionales. Es importante resaltar, que no sólo debemos mantenerlos informados, también debemos estar atentos a las directrices y normas proferidas por estos, que son actualizadas constantemente y requieren de especial atención.

Impacto Bajo.

En esta categoría se clasificó a los Competidores y la Comunidad, toda vez que el desempeño y operación de la Cooperativa Confiar no debería ser de su conocimiento y no se requiere mantenerlos informados a menos que se adquieran productos y servicios que sus clientes tuvieran con anterioridad con las entidades descritas o para el caso de la comunidad, si esta se viera impactada de alguna manera por las actividades, sólo en esos casos habría lugar a algún tipo de comunicación directa.

Influencia e Impacto Alto.

Aquí se priorizó a nuestros Clientes, quienes son la razón de ser de la Cooperativa Financiera Confiar y en pro de los cuales se han enfocado desde el principio los objetivos misionales, ya que ellos son su base social sobre la que se han configurado todos sus productos y servicios y naturalmente requieren de especial atención y priorización. Así mismo, considerando que en esta categoría confluyen todos los resultados e impactos producto del desempeño, se incluyó a los **Directivos** en cuyas manos recae gran parte de la responsabilidad de mantener alineadas y en perfecto funcionamiento, todas las políticas internas y externas.

Influencia Alta.

Dentro de esta categoría se encuentra una parte importante de los stakeholders identificados (Asociados, Proveedores, Administradores, Empleados y Medio Ambiente), los cuales están estrechamente relacionados con las actividades propias de la Cooperativa Confiar, compartiendo de cierta forma el enfoque social y comunitario que la caracteriza y cuya influencia es determinante en las metas planteadas a mediano y largo plazo; del mismo modo, esta categorización obedece a la alta influencia e impacto que reciben dada su cercanía e inmersión en el día a día.

Plan de Responsabilidad Social Empresarial

A continuación en la tabla No. 3 se describen cada una de los planes proyectados para la Cooperativa Financiera Confiar, que suman un total de 30 iniciativas en las dimensiones económica, social y ambiental, orientadas a impactar sobre los stakeholders de mayor incidencia en la organización.

Tabla 3. Plan de responsabilidad social empresarial de Cooperativa Financiera Confiar

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: COOPERATIVA FINANCIERA CONFIAR



Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
SOCIAL	Alcaldía de Don Matías	Impulsar y financiar la recreación y el deporte	En conjunto con la Alcaldía implementar programas de eventos mensuales deportivos para adolescentes	6 meses	Profesionales en deportes, \$50'000.000 para dotación de elementos y adecuación de escenarios	Número de población adolescente del municipio/ adolescentes favorecidos	Bimestral: número de eventos realizados
	Directivos/ Administradores /empleados	Minimizar los problemas de salud y las excusas médicas relacionadas al estrés	Implementar programas de pausas activas, manejo del estrés y ejercicio	6 meses	Contratar expertos en psicología y fisioterapia, equipos tecnológicos, material audiovisual	Número de empleados/ Empleados con excusas médicas	Bimestral: excusas médicas

Administradores	Estructurar y desarrollar 20 talleres sobre emprendimiento, asociatividad y creación de empresa, en colegios e instituciones educativas del municipio de Támesis Antioquia.	Desde el consejo de Administración se implementarán una serie de talleres previamente descritos, con destino a estudiantes del grado once y líderes comunales, para que reciban formación en temas de gran trascendencia para el desarrollo social y comunitario. Dichos talleres serán previamente analizados y autorizados por la alta gerencia, de tal forma que el objetivo sea netamente social a modo de contraprestación por la gran acogida de la comunidad hacia la cooperativa Confiar.	1 año	<ul style="list-style-type: none"> - Equipos audiovisuales. - 3 Conferencistas delegados. - Sala de reuniones. - Material de apoyo (tableros, carteleras, folletos, guías) - Refrigerios 	Numero de talleres realizados / Numero de talleres propuestos	Mensual: listas de asistencia y evidencia fotográfica o audiovisual.
Proveedores de Servicios Intangibles	Consolidar una Alianza estratégica con nuestro proveedor de internet para establecer 5 puntos de conectividad a internet gratuita en comunidades de bajos recursos en algunas de las áreas de influencia de la cooperativa Confiar.	Considerando el compromiso de Confiar con las comunidades donde hace presencia, se plantea conformar un convenio adicional de carácter social, con nuestro proveedor de internet, para que se establezcan puntos de conectividad gratuitos dotados con equipos de cómputo, que permitan a las comunidades priorizadas, acceder y disfrutar de los beneficios del internet. Dichos puntos de conectividad estarían disponibles toda la semana.	6 meses	<ul style="list-style-type: none"> - Salas dotadas con al menos 5 computadores. - 1 Técnico de sistemas permanente para guiar y coordinar el acceso en cada sala de conectividad establecida. - Routes y antenas Wifi. - Muebles. 	Número de Puntos de Conectividad Ofrecidos / Número de Puntos Planificados	Mensual: Evidencia fotográfica de los puntos de conectividad y listado de participantes y/o visitantes.
Sociedad	Transmitir el valor social de la empresa en la región mediante la inclusión y la participación humana y social.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Realizar reuniones programadas con la sociedad para el intercambio de información que aporte al valor del plan de RSE. ○ Socializar las acciones del plan de RSE a la población. 	6 meses	<p>Físicos: Instalaciones de la empresa.</p> <p>Humanos:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Numero de socializaciones realizadas. ○ Nivel de participación de la población. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Planillas de asistencia. ○ Buzón de sugerencias. ○ Informes de reuniones.

				Personal del área administrativa, gerencia y la sociedad.	○ Evidencia fotográfica.
				Técnicos: Buzón de opiniones. Medios de comunicación con la comunidad.	
Gobierno	Cumplir con los deberes establecidos por los entes gubernamentales de la región de modo que las acciones generen crecimiento y desarrollo tanto para la región como para la misma cooperativa Confiar.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mantener una relación de comunicación recíproca con los entes del gobierno. ○ Mantenerse actualizado acerca de los avances, estatutos, oportunidades y disposiciones del gobierno. 	4 meses	<p>Físicos: Instalaciones de la empresa. Instalaciones gubernamentales.</p> <p>Humanos: Personal del área administrativa, gerencia y servidores públicos</p> <p>Técnicos: Normatividad establecida por el gobierno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nivel de desarrollo. ○ Numero de deberes cumplidos. ○ Índices de crecimiento y desarrollo regional. ○ Informes de comunicación. ○ Bases de datos.
Asociaciones, ONG's y Sindicatos	Facilitar recursos de modo que se amplíe el impacto positivo de las actividades de organismos sin ánimo de lucro que se encuentran a favor de la conciliación de la biodiversidad cultural, social y ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Realizar una investigación acerca de asociaciones, ONG's y sindicatos que más coincidan con el propósito del plan de responsabilidad social de la cooperativa Confiar, para invertir inteligentemente. 	7 meses	<p>Físicos: Instalaciones de la empresa y de las organizaciones seleccionadas</p> <p>Humanos: Gerencia, área administrativa y área financiera.</p> <p>Técnicos: Planeación. Bases de datos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Informes de gestión. ○ Libros de contabilidad. ○ Soportes de egresos. ○ Informes financieros. ○ Evidencia fotográfica. ○ Numero de objetivos alcanzados. ○ Alcance de los proyectos a invertir.

Administradores	Fomentar el intercambio de información y acuerdos entre los directivos y trabajadores de la entidad en relación a las decisiones estratégicas empresariales	Realización de sesiones de direccionamiento estratégico de la empresa, asegurando la presencia sindical en cada una de ellas	Cuando se requiera	Humanos: Empleados (sindicatos) Tecnológicos: Tecnologías de la información para el intercambio de información Económico: Ninguno Físico: Ninguno	Relación de participación sindical en decisiones estratégicas = Número de decisiones estratégicas en acuerdo sindical/Número de decisiones estratégicas	Semestral
	Garantizar el bienestar físico, mental y social de los trabajadores a partir de la prevención de daños causados por las condiciones laborales	Implementación y certificación de Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo - Consultaría - Sensibilización - Capacitación - Auditoría de seguimiento - Auditorías de Certificación	2 años	Humanos: Directivos/Empleados Auditor Interno Tecnológicos: Ninguno Económicos: \$ 60'000.000,00 Físicos: Instalaciones, muebles y equipos de la empresa	Relación de Avance de la Implementación del SGSST = Actividades cumplidas para la implementación del SGSST/ Actividades para la implementación del SGSST	Bimestral Auditorías de seguimiento y certificación
Empleados	Impulsar las capacidades humanas de los trabajadores a partir del acceso a información y conocimiento	Realización de jornadas de capacitación en diferentes temas a los empleados	Permanente	Humano: Empleados/ Técnicos capacitadores Tecnológicos: Ninguno Económicos: Contratación de jornadas de capacitación \$50'000.000,00 Físicos: Instalaciones de la empresa	Relación capacitación de empleados = Número de empleados de la empresa capacitados/ Número de empleados de la empresa	Por cada jornada de capacitación
	Evitar prácticas que conlleven a situaciones de corrupción en la empresa	Cursos virtuales de formación y sensibilización a los empleados en relación al comportamiento anticorrupción	6 meses	Humanos: Directivos/Empleados Tecnológicos: Plataforma virtual de capacitación/ Equipos	Relación de Participación en cursos virtuales anticorrupción = Número de Participantes del	Por cada apertura del curso

					tecnológicos de la empresa (computadores) Económicos: Desarrollo y cargue del curso en plataforma (\$ 15.000.000,00) Físicos: Puestos de trabajo	Curso Anticorrupción/ Número Total de Posibles Participantes del Curso Anticorrupción	
Asociados	Brindar la información precisa, completa, relevante, y oportuna a los clientes para sus decisiones	Jornadas de inducción/capacitación a asesores comerciales en Servicio al Cliente	Permanente		Humanos: Empleados (Asesores comerciales) Tecnológicos: Ninguno Económicos: Contratación de capacitación \$25.000.000,00 Físicos: Instalaciones de la empresa	Relación de capacitación en servicio al cliente = Número de asesores comerciales capacitados en servicio al cliente/ Número de asesores comerciales de la empresa	Bimestral
Clientes	Garantizar la satisfacción del cliente tras la adquisición de un producto o servicio de la empresa	Implementación de mecanismos de atención al cliente	Permanente		Humanos: Personal técnico Tecnológicos: Mecanismos tecnológicos de atención al cliente (call center/ soporte técnico) Económicos: Contratación por outsourcing \$ 10'000.000,00 (mensual) Físicos: Ninguno	Relación de PQRSD resueltas a satisfacción del cliente = Número de PQRSD resueltas a satisfacción del cliente/ Número de PQRSD interpuestas a la empresa	Semanal
Comunidad	Participar en proyectos de inversión que mejoren la calidad de vida de la comunidad	Inversión en proyectos de impacto para la comunidad: - Recreación y cultura - Educación	1 año		Humanos: Empleados/Directivos/Beneficiarios/ Comunidad Tecnológicos:	Relación de ejecución de presupuesto de inversión social = Monto (\$) invertido	Trimestral

					Ninguno Económicos: 50'000.000,00 (anual) Físicos: Variable	en proyectos ejecutados de inversión social/ Presupuesto (\$) destinado para proyectos de inversión social	
						Impacto social de los proyectos implementados	
	Proveedores	Influir en las organizaciones proveedoras en la adopción de comportamientos socialmente responsable	Crear herramienta para la evaluación de proveedores con un puntaje otorgado a aquellos con comportamiento socialmente responsable	6 meses	Humanos: Empleados Tecnológicos: Software Excel Económicos: Ninguno Físicos: Ninguno	Relación de Proveedores Socialmente Responsables = Número de proveedores con RSE/ Número de proveedores	Semestral
	Asociados/ PYME	Apoyar la creación de empresa	Realizar concursos semestrales de proyectos empresariales y escoger los mejores	6 meses	Expertos emprendedores y en evaluación de proyectos	Número de empresas registradas/ empresas registradas por otras empresas	Semestral/ Registro de empresas apoyadas en la cámara de comercio.
Económica	Comunidad/ Campesinos de Don Matías	Ingresar al sistema bancario (Bancarizar) a sectores campesinos	A través de las juntas de acción comunal, citar campesinos y darles a conocer las bondades de acceder a servicios de la Cooperativa Confiar.	6 meses	Puntos de reunión, empleados de ventas, equipos tecnológicos, material audiovisual, papelería	Número de campesinos bancarizados/ Campesinos sensibilizados	Trimestral: Planillas de asistencia y registro de nuevos clientes
	Junta Directiva	Destinar y aprobar un rubro específico para la implementación de un plan de responsabilidad social empresarial; de tal manera que la cooperativa Confiar	Desde la junta directiva se debatirá y aprobará un monto específico para ser invertido en la ejecución de un Plan de Responsabilidad Social Empresarial para la Cooperativa	2 meses	- \$120.000.000 para el componente ambiental. - \$62.000.000 para el componente social	Porcentaje Financiado/ Porcentaje Planteado	Bimensual.

	financia hasta el 80 % de dicho plan.	Confiar, dicho plan deberá contar con un cronograma de actividades suministrado por el departamento de cooperación institucional, el cual entre otras tendrá su respectivo presupuesto a invertir en las distintas dimensiones.			
Trabajadores	Aumentar los niveles de satisfacción de los empleados para con las políticas de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Capacitación constante para mantener a los trabajadores actualizados. ○ Implementación de incentivos y bonos por la realización de las actividades laborales y el buen desempeño. ○ Facilidad de préstamos para avances estudiantiles y de salud. 	6 meses	<p>Físicos: Instalaciones de la empresa, incentivos y regalos.</p> <p>Humanos: Personal del área administrativa y financiera.</p> <p>Técnicos: Bases de datos, gestión de capacitaciones, incentivos y fondos para los bonos o préstamos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Numero de objetivos grupales alcanzados. ○ Numero de objetivos individuales alcanzados. ○ Tiempo de realización de actividades. ○ Índice de productividad de cada área. ○ Tiempo laborado. <ul style="list-style-type: none"> ○ Informes de productividad. ○ Informes de gestión. ○ Buzón de opiniones.
Asociados	Generar inclusión y aumentar la participación en la toma de decisiones referentes al plan de responsabilidad social.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Socialización constante de información pertinente. ○ Realización de reuniones para recolectar opiniones y sugerencias. ○ Contar con la presencia humana de los asociados en el momento de ejecutar las actividades del plan. 	4 meses	<p>Físicos: Instalaciones de la empresa.</p> <p>Humanos: Personal del área administrativa, del área financiera y de los asociados.</p> <p>Técnicos: Participación de los asociados e información y conocimiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Asistencia de los asociados a las reuniones. ○ Asistencia de los asociados a las actividades requeridas. ○ Índice de satisfacción de los asociados. ○ Logro de objetivos del plan. ○ Numero de eventos realizados. ○ Numero de estrategias implementadas <ul style="list-style-type: none"> ○ Bases de datos. ○ Planillas de asistencia. ○ Informes de reuniones. ○ Buzón de sugerencias. ○ Evidencia fotográfica.

Ahorradores	Mejorar la calidad de la atención a los ahorradores y aumentar el nivel de confiabilidad para generación de procesos más humanos.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Socialización de logros y eficiencia. ○ Lograr la participación constante de los ahorradores para las actividades propuestas. ○ Socializar los beneficios de estar en la cooperativa Confiar. ○ Capacitación del personal para conseguir brindar un trato personalizado. ○ Contar con una línea para escuchar e informar a los ahorradores. 	6 meses	<p>Físicos: Instalaciones de la empresa, Call Center o líneas de atención al cliente.</p> <p>Humanos: Personal del área administrativa, del área financiera y los ahorradores.</p> <p>Técnicos: Contratación de Call center, acceso a la información, bases de datos de ahorradores, contratación de capacitaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Calificación de la atención brindada en los Call center. ○ Información recogida en las bases de datos para la personalización de la atención. ○ Numero de ahorradores retenidos. ○ Número de nuevas afiliaciones. ○ Índice de satisfacción de los ahorradores. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Bases de datos. ○ Planillas de asistencia. ○ Informes de reuniones. ○ Buzón de sugerencias. ○ Información tomada del Call Center.
Proveedores	Crear relaciones de fidelidad, de transparencia y de honestidad con los entes encargados de los suministros de la cooperativa Confiar.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Realización de los pagos dentro del tiempo establecido por ambas partes. ○ Cumplimiento de la compra realizada con anterioridad, desde su recibimiento hasta su pago. ○ Efectuar o hacer uso de la garantía de los proveedores. 	3 meses	<p>Físicos: Instalaciones de la empresa. Instalaciones de los proveedores.</p> <p>Humanos: Personal del área administrativa, del área financiera y gerencia.</p> <p>Técnicos: Generación de facturas. Creación de bases de datos. Formulación de recibos de pago.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Reputación de los proveedores. ○ Calidad de los suministros. ○ Claridad y legalidad en las facturas. ○ Nivel de satisfacción 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Bases de datos. ○ Informes de calidad. ○ Libros de contabilidad. ○ Soportes de pagos o entregas.
Competidores	Promover la competencia leal y la creación de oportunidades para la región.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Colaboración grupal para defender derechos. ○ Generar un canal de comunicación para el intercambio 	2 meses	<p>Físicos: Zonas de encuentro</p> <p>Humanos:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Reputación del sector económico. ○ Números de afiliaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Posicionamiento en el mercado.

		<p>de información y fomentar la ayuda mutua.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Colaborar para generar beneficios y oportunidades para la población de la región. ○ 		<p>Personal área administrativa, de gerencia y de relaciones públicas.</p> <p>Técnicos: Canal de comunicación definido. Políticas de traspaso leal y de rechazo de relaciones desleales.</p> <p>Físicos: Instalaciones de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Niveles de productividad del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Informes de gestión.
Entes de control	<p>Participar y cumplir activamente de las actividades, las políticas y normas emitidas por los entes que regulan las actividades pertinentes a la cooperativa Confiar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Promoción de constante comunicación e intercambio de información con los organismos de control del sector. ○ Cumplimiento de las normas emitidas por los entes que regulan la actividad. ○ Pagos monetarios al día si el procedimiento lo requiere. 	<p>1 mes</p>	<p>Humanos: Personal del área administrativa, del área financiera y de gerencia.</p> <p>Técnicos: Documentos y legalidades al día. Almacenamiento de recibos y pagos requeridos. Canal de información definido.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Número de sanciones evitadas. ○ Numero de contactos en los entes de control. ○ Número de permisos y documentación al día. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Soportes de pago. ○ Informes de rentabilidad. ○ Eficiencia del canal de comunicación.
Gobierno	<p>Impulsar la inclusión de personas naturales y jurídicas al sistema financiero del país</p>	<p>Prestación de servicios con tarifas subsidiarias, derivadas los rendimientos de la intermediación financiera de la empresa, a beneficiarios</p>	<p>Permanente</p>	<p>Humanos: Empleados (Asesores)/ Recursos de mercadeo Tecnológicos: Sistemas de información de la empresa/ Bases de datos Económicos: Rendimientos de servicios de ahorro y</p>	<p>Relación de cumplimiento de meta clientes = Número de clientes incluidos al sistema financiero/ Meta de clientes a incluir en el Sistema Financiero</p>	<p>Semanal</p>

					crédito (Variable) Físicas: Instalaciones de la empresa		
	Entes de Control	Garantizar la empresa respete el principio de legalidad	Contratación de personal idóneo que garantice que la actividad económica de la empresa se realice dentro del marco jurídico colombiano	Permanente	Humanos: Personal de apoyo jurídico Tecnológicos: Sistema de información gubernamentales Económicos: Salarios/Honorarios de personal (anual: 100'000.000,00) Físicos: Instalaciones de la empresa	Relación de Procesos Judiciales = Número de procesos judiciales interpuestos contra la empresa por incumplimiento jurídico/ Mínimo Número Histórico de procesos judiciales interpuestos contra la empresa por incumplimiento jurídico	Mensual
	Comunidad de Don Matías (Antioquia)	Reducir el consumo de agua potable	Hacer campañas concientización en conjunto con la secretaría del medio ambiente municipal	6 meses	Expertos, puntos de reunión, equipos tecnológicos, papelería	Consumo de agua antes de la campaña/ consumo después	Trimestral: contadores de consumo de agua municipales
Ambiental	Empleados	Mejorar la separación de residuos y aumento de material reciclable	Programa de capacitación y control de separación de residuos aprovechables (papel, cartón, vidrio, entre otros.)	3 meses	Responsable SGA, capacitadores, canecas y bolsas de basura	Personal capacitado/ Personal de la organización *100. Kilos material aprovechable antes/ kilos material aprovechable después	Mensual: mejores prácticas en separación de residuos
	Comunidad	Realizar 6 talleres en comunidades del Municipio de Támesis Antioquía sobre reforestación y ambientalismo.	Con el apoyo y acompañamiento de la alcaldía de Támesis y CORANTIOQUÍA, se hará la selección de 6 comunidades campesinas para ser convocadas por separado en las respectivas	6 meses	- Caceta móvil para los asistentes. - Implementos audiovisuales. - Material de Apoyo (folletos, libros, etc.)	Numero de Talleres Realizadas / Numero de Talleres Programadas	El seguimiento a esta objetivo se realizará de manera

		zonas a un taller sobre reforestación y cuidado del medio ambiente. Para dichos talleres se implementará toda la logística del evento y ofrecerá un refrigerio para casa asistente.		- 1 Conferencista - Personal de apoyo logístico. - Refrigerios		mensual y deberá ser soportado por listas de asistencia y evidencia fotográfica o audiovisual.
Aliados	Conformar 4 alianzas interinstitucionales para fomentar el ecoturismo en el municipio de Támesis Antioquía.	Se iniciará un programa de acercamientos y contacto con las agremiaciones locales de ecoturismo del municipio de Támesis, de tal forma que se logren articular con las campañas culturales y de esparcimiento que ofrece la cooperativa Confiar y de esta forma impulsar el ecoturismo en esa región.	6 año	- Un equipo completo de las principales áreas (Ventas, Recursos Humanos, Presupuesto y Recursos y alianzas) - Ampliación de la oficina de Támesis y contratación de personal idóneo para las labores de campo.	Número de Alianzas Suscritas / Número de Alianzas Propuestas	Trimestral: El equipo encargado de gestionar las alianzas, rendirá un informe de avance trimestral a los directivos, donde detallarán los por menores, dificultades y expectativas sobre las negociaciones.
Medio ambiente	Gestionar los riesgos, afectaciones y oportunidades derivadas del desarrollo de las actividades empresariales de la cooperativa Confiar, de modo que se conozca el impacto en la naturaleza, para que se minimicen los	<ul style="list-style-type: none"> ○ Realizar un plan de gestión ambiental. ○ Creación de una cultura ambiental dentro de la empresa. ○ Realizar actividades de recuperación o mantenimiento ambiental de determinadas zonas dentro de la región y con ayuda de la comunidad. 	8 meses	<p>Físicos: Instalaciones de la empresa. Zona seleccionada.</p> <p>Humanos: Gerencia, área administrativa y la población.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Numero de objetivos alcanzados. ○ Numero de zonas con impactos positivos. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Informes de gestión. ○ Bases de datos. ○ Planillas de asistencia. ○ Fuentes fotográficas.

	efectos negativos y se amplíen los efectos positivos.			Técnicos: Materiales de limpieza requeridos.	
Medio Ambiente	Contribuir al progreso ambiental y al desarrollo sostenible, a través de la adopción de iniciativas para la promoción de la responsabilidad ambiental	Implementación y certificación de Sistemas de Gestión Ambiental	2 años	Humanos: Directivos/Empleados Auditor Interno Tecnológicos: Ninguno Económicos: \$ 40'000.000,00 Físicos: Instalaciones, muebles y equipos de la empresa	Relación de Avance de la Implementación del SGA = Actividades cumplidas para la implementación del SGA/ Actividades para la implementación del SGA Bimestral Auditorías de seguimiento y certificación

Fuente: elaboración propia.

Plan de Comunicaciones del Plan de Responsabilidad Social de la Cooperativa Financiera Confiar

Posterior a la construcción del Plan de Responsabilidad Social Empresarial, se describe por cada iniciativa un plan de comunicaciones como se describe en la tabla No. 4, que busca informar a los stakeholders interesados la metodología sobre la cual se desarrollará el Plan, incluyendo frecuencia y medio.

Tabla 4. *Tabla de comunicaciones de Stakeholders*

PLAN DE COMUNICACIONES			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
SOCIAL	Alcaldía de Don Matías	Mensual	Televisión y radio local, Facebook (alcaldía y empresa), páginas de internet (alcaldía y empresa), perifoneo e instalación de vallas en puntos de concentración y escenarios deportivos.
	Directivos/ Administradores /empleados	Quincenal	Correo electrónico, intranet o plataforma virtual, whatsApp (grupos internos), cartelera Oficinas y campañas en cada dependencia.
	Sociedad	Trimestral	Divulgación de información acerca de todos los programas que la cooperativa Confiar presta a la población. Apoyo a la sociedad vulnerable en épocas sensibles. Apoyo mediante herramientas de ahorro o aportes por parte de los asociados y/o ahorradores. Programas de apoyo a la población víctima de desastres naturales. Programa de colaboración con las fuerzas armadas para evitar los atentados a la población y la extorsión a comercio por parte de grupos ilegales o delincuencia común.
	Gobierno	Semestral	Comunicación recíproca y asistencia a reuniones de ser necesario. Políticas de cumplimiento de los deberes legales y financieros, como el pago oportuno de impuestos, la documentación requerida y la transparencia en cada transacción.
	Asociaciones, sindicatos y ONG's	Semestral	Comunicación recíproca para conocer las metas de cada programa o institución con el que se trabaje. Promoción de políticas de colaboración y apoyo a las entidades sin ánimo de lucro, defender el bienestar común. Apoyo financiero para el desarrollo de actividades que benefician la región, participación constante en el desarrollo de las mismas, cumplimiento y apoyo moral para el logro de los objetivos de estas instituciones.
	Administradores	Cuando se requiera	Cartelera de información internas Piezas comunicativas vía correo electrónico Videos

		<p>Correo electrónico institucional Plataforma interna de la entidad Voz a voz Canal de televisión institucional Reuniones Material informativo en áreas comunes</p>
Empleados	Semanal	<p>Carteleras de información internas Piezas comunicativas vía correo electrónico Videos Correo electrónico institucional Plataforma interna de la entidad Voz a voz Canal de televisión institucional Reuniones Material informativo en áreas comunes</p>
Asociados	Semanal	<p>Correo electrónico Mensajes de TXT Material publicitario impreso Carteleras informativas en sedes Llamadas telefónicas Pautas televisión Pautas en radio Avisos publicitarios en internet (Facebook, YouTube, Instagram, etcétera) Consultas por internet Página Web de la empresa</p>
Clientes	Quincenal	<p>Correo electrónico Mensajes de TXT Material publicitario impreso Carteleras informativas en sedes Llamadas telefónicas Pautas televisión Pautas en radio Avisos publicitarios en internet (Facebook, YouTube, Instagram, etcétera) Consultas por internet Página Web de la empresa</p>
Comunidad	Cuando se requiera	<p>Reuniones Avisos publicitarios en internet (Facebook, YouTube, Instagram, etcétera) Página Web de la empresa Material publicitario impreso</p>

ECONOMICA	Proveedores	Cuando se requiera	Llamadas telefónica Correo electrónico Comunicación escrita (cartas, informes, etcétera)
	Administradores	Mensual	Correo interno, Correo certificado para reporte de evidencias e informes de avance mensuales, piezas audiovisuales, clips institucionales y videos de YouTube, redes sociales.
	Proveedores de Servicios Intangibles	Mensual	Correos Electrónicos, reuniones presenciales, comunicados oficiales, correo certificado y visitas conjuntas a los puntos de conectividad establecidos.
	Asociados/ PYME	Trimestral	Televisión y radio local, Facebook, página de internet, socialización física en colegios, centros universitarios, zonas veredales y entrega de volantes.
	Comunidad/ Campesinos de Don Matías	Mensual	Televisión y radio local, perifoneo en zona urbana (sábados y domingos), charlas y reuniones en las veredas, despliegue de equipos casa a casa y entrega de volantes.
	Trabajadores	Siempre	Mediante tabloneros de anuncios, manual de funciones definidos, estrategias definidas, reuniones informativas. Realización de capacitaciones continuas al personal para que este se encuentre informado y capacitado para hacer frente a la situación y posición de la empresa.
	Asociados	Mensual	Diseñar el cronograma de reuniones con los asociados para comunicarles los avances de la empresa, objetivos alcanzados, estrategias utilizadas, proyecciones y problemáticas actuales.
	Ahorradores	Mensual	Uso de mensajería virtual como correo electrónicos y Whats App para enviar información de extractos y estados de las cuentas. Cronograma de reuniones para socializar avances y beneficios.
	Proveedores	Mensual	Uso de correo electrónica, pagina web, y vía telefónica. Promoción de programas de fidelización de proveedores, calificación de los productos, involucrarlos en las actividades de RSE de la empresa.
	Competidores	Semestral	Conformación de asociaciones o encuentros programados para afianzar las relaciones y ajustar las políticas de competencia desleal, así como la colaboración con los planes de RSE de cada uno para contribuir mayormente al desarrollo de la zona y del comercio.
	Entes de control	Anual	Asistencia a reuniones o entrega de información pertinente actualizada. Comunicación recíproca, cumplimiento de las normas y exigencias emitidas por dichos organismos para garantizar el desarrollo de las actividades o funciones de ambas partes.
	Gobierno	Cuando se requiera	Correo certificado, comunicación escrita (Reportes legales a los entes de control)
	Entes de Control	Cuando se requiera	Correo certificado, comunicación escrita (Reportes legales a los entes de control)

AMBIENTAL	Junta Directiva	Semanal	Principalmente Correo interno e intranet, memorandos de aprobación y seguimiento, reuniones semanales para verificación de avances y solución a dudas surgidas en el proceso y boletines informativos publicados en la página de la cooperativa Confiar.
	Comunidad de Don Matías (Antioquia)	Mensual	Televisión y radio local, Facebook (alcaldía y empresa), páginas de internet (alcaldía y empresa), perifoneo, entrega de volantes con indicaciones y espacio publicitario para la campaña en los recibos físicos.
	Empleados	Quincenal	Correo electrónico, intranet o plataforma virtual, página de internet, WhatsApp (grupos internos), cartelera Oficinas, campañas de socialización lideradas por cada oficina.
	Medio ambiente	Semestral	Campañas de concientización para el trato con el medio ambiente, así como también charlas de socialización acerca de los procesos sostenibles que la empresa desarrolla en sus actividades y las demás acciones que benefician el medio ambiente de la región. Divulgación mediante canales regionales acerca de las actividades que se implementan en el plan de RSE en pro de la biodiversidad natural de la región. La promoción de programas de recuperación de zonas afectadas por la intervención humana con el apoyo y participación de los demás Stakeholders.
	Medio Ambiente	Quincenal	Correo electrónico Mensajes de TXT Página Web de la empresa
	Comunidad de Támesis (Antioquia)	Bimensual	Carteleras y vallas informativas en las distintas veredas seleccionadas, comunicados oficiales dirigidos a las juntas de acción comunal y líderes de asociaciones, avisos publicitarios en cadenas radiales y revistas municipales.
	Aliados	Mensual	Comunicados y correo corporativo, correo certificado, minutas de convenios interinstitucionales, folletos y plegables informativos de cada una de las partes, publicidad en internet y páginas corporativas de cada aliado.

Fuente: elaboración propia.

Modelo de informe de gestión recomendado.

Se le recomienda a la Cooperativa Confiar, que los informes de gestión del Plan de Responsabilidad Social Empresarial, se realicen a través de memorias de sostenibilidad. Dichas memorias son una ayuda para la organización en cuanto que, a través de las mismas, se pueden definir objetivos, medir el desempeño, y gestionar las operaciones de la empresa para hacerlas más sostenibles.

Las memorias de sostenibilidad ambiental son documentos que contienen información sobre la incidencia de las organizaciones en el medio ambiente, la economía, y la sociedad. De este modo, ellas ayudan a la gestión y la comprensión de las consecuencias derivadas de las novedades, en materia de sostenibilidad, que afectan la gestión estratégica de la organización. Así pues, las memorias de sostenibilidad centran la información en asuntos de relevancia para el cumplimiento de los objetivos organizacionales y la administración de los impactos de las operaciones de la organización en la sociedad.

A continuación en la gráfica No. 3, se presentará un breve resumen de cómo se debe presentar la información en el marco de las guías de sostenibilidad de acuerdo a los establecido en la Guía 4. Ésta se escoge como marco de referencia debido a que, para la elaboración de la misma, se cuenta con la participación de diferentes grupos de interés alrededor del mundo, representantes empresariales, sociedad civil, especialistas, entre otro. Para la elaboración de las memorias de sostenibilidad a partir de la guía en cuestión se deben seguir los siguientes pasos.



Grafica 3: pasos para la elaboración de memorias de sostenibilidad.

En primer lugar, la primera actividad refiere a la lectura y comprensión de los principios de la elaboración de las memorias y sus contenidos básicos; así como la definición de las palabras claves.

Para la segunda actividad, se le recomienda a la Cooperativa Confiar, la elección de la “memoria de sostenibilidad esencial”, pues a partir de ésta se exponen los aspectos fundamentales de la misma; de tal manera que se constituye en un marco de referencia para la transmisión de las consecuencias del desempeño económico, ambiental, y social de la organización.

Para la determinación de los contenidos básicos de la memoria es necesario tener en cuenta los siguientes principios:

- Participación de los grupos de interés
- Contacto de sostenibilidad
- Materialidad

- Exhaustividad

Paralelamente, se deben tener en cuenta los siguientes principios con la finalidad de garantizar la calidad de la información y su adecuada presentación. Este paso es de vital importancia pues, a través de él, se garantiza que los grupos de interés puedan hacer una evaluación consciente de la información.

- Equilibrio
- Comparabilidad
- Puntualidad
- Precisión
- Claridad
- Fiabilidad

Los contenidos básicos que debe presentar la memoria de sostenibilidad, se encuentran en la tabla No. 5, relacionada a continuación:

Tabla 5. *Contenidos básicos de la memoria de sostenibilidad*

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS
Estrategia y análisis: imagen general de la sostenibilidad de la organización.	
Perfil de la organización: características generales de la organización	Información sobre el enfoque de gestión: es una respuesta de la organización en aspectos materiales; éstos refieren a aquellos impactos ambientales, sociales y económicos significativos para la organización.
Aspectos materiales y Cobertura: aspectos generales para la determinación del contenido de la memoria, aspectos materiales, su cobertura, y la reformulación de la información.	Indicadores: ofrecen información acerca del desempeño y/o efecto económico, social, ambiental de la gestión de la organización.
Participación de los grupos de interés: refiere a la visión general de la participación de los grupos de interés durante el periodo de análisis.	
Perfil de la memoria: es la información básica del contenido de la memoria de sostenibilidad	

Gobierno: expone la estructura de gobierno, su composición, el órgano superior, competencias, funciones, etcétera.

Ética e integridad: es una visión general de los valores, principios, estándares y normas de la empresa

Fuente: (Global Reporting Initiative GRI, 2015)

En cuanto a la presentación de la memoria, ésta se puede realizar de manera electrónica o física; la decisión dependerá de la organización, el objeto de la memoria, la actualización de contenidos, posibles destinatarios, entre otros. Lo más importante es que la memoria esté al alcance de quien quiera consultarla, y que se encuentre en ella aquella información que los lectores consideren pertinente y relevante.

Es importante resaltar que, una vez elaborada y publicada la memoria de sostenibilidad, ésta debe ser notificada y remitida al GRI a través de una copia impresa o del registro de la memoria en la Base de datos de divulgación sobre Sostenibilidad de GRI (database.globalreporting.org).

Conclusiones

En la actualidad la implementación de la RSE y la aplicación de la ética en las estrategias de la empresa, han tomado gran importancia en el mundo empresarial y el entorno laboral, debido a que estas prácticas traspasan el territorio simplemente comercial para influir directamente en la sociedad y el medio ambiente. Mediante estas prácticas, la empresa busca su desarrollo financiero, al tiempo que logra que los resultados de las actividades generen un impacto positivo dentro de la sociedad y el entorno donde se desenvuelve. La RSE beneficiaría considerablemente a la empresa y daría solución a ciertos problemas financieros de la misma manera que afianza las relaciones con sus asociados y gana una buena imagen frente a los no asociados.

El ejercicio de explorar el entorno empresarial bajo un enfoque académico, en función de aplicar los conocimientos en la evaluación de procesos gerenciales, marketing y de responsabilidad social empresarial, resulta interesante en la medida que permite conocer el comportamiento de la organización seleccionada en diferentes dimensiones como la económica, social y ambiental, como un diagnóstico inicial que permitirán plantear planes de mejora y alternativas de desarrollo en los ámbitos mencionados.

La Cooperativa Confiar reconoce la importancia de la ética dentro de sus actividades y crea un código de conducta que busca resolver problemas de carácter ético, de modo que tengan las herramientas e información adecuada para la conciliación de conflictos, la toma de decisiones y disposición de las normas que deben ser la base para la actuación de los involucrados (personal, asociados y ahorradores).

Las estrategias de marketing social y marketing social corporativo, juegan en la actualidad un papel protagónico en las empresas, dado que resulta decisivo a la hora de ingresar y permanecer en un mercado de un segmento poblacional establecido. Cada vez son más los consumidores que se fijan en el aporte de las empresas, en los tres ámbitos principales (económico, social y ambiental), y si bien no es un condicionante si toma fuerza como determinante a la hora de elegir entre un producto y otro.

En países que atraviesan situaciones difíciles como Colombia, que acaba de dejar atrás un conflicto armado interno de más de medio siglo, el espíritu de colaboración tanto de nacionales como de internacionales, se hace cada vez más fuerte, y ante la imposibilidad de colaborar directamente buscan como hacerlo vinculándose y participando de grandes campañas impulsadas por el sector empresarial. Es este escenario único para que las empresas implementen y fortalezcan sus áreas y programas de responsabilidad social, ya sea vinculándose a programas gubernamentales o de organismos internacionales, o con el sector privado, para liderar una causa social e integrar su compromiso a sus productos, siendo un valor agregado que de seguro traer beneficios en rentabilidad y posicionamiento en el mercado.

Dentro de todo sistema, en este caso en el de una actividad económica, los actores participantes o influyentes son los encargados de dinamizar y hacer que el conjunto de partes que componente un negocio se mueva y funcionen en pro de las metas planeadas. De lo anterior, surge la importancia de identificar los Stakeholders tanto internos como externos, dada la incidencia que pueda tener impactando positiva e inclusive negativamente a la empresa.

Resulta entonces de la mayor importancia la gestión y las relaciones que se tengan con los Stakeholders, en la medida que de una buena o mala interacción e interrelación, se pueden ver afectados los procesos a todos nivel de una organización, incidencia en sus principales objetivos a nivel rentabilidad, competitividad, legalidad, calidad, entre otros aspectos.

Resulta necesarios entonces que el producto final que consiste en construir un plan de responsabilidad social empresarial, debe superar todas las fases planteadas en las actividades del diplomado, que podrían llamarse de diagnóstico y planeación, de modo que permita establecer que empresa requiere de un plan a partir de su desempeño e impacto, sobre que stakeholder previamente identificados se debe trabajar más de acuerdo a su influencia, para que finalmente se prioricen y definan estrategias muy particulares.

Seguidamente y como es bien sabido por todo empresario “lo que no se muestra no se vende”, resulta imprescindible un plan de marketing social y marketing social corporativo, que permitan dar a conocer tanto interno a nivel organizacional como externo a los grupos que se pretende impactar, el plan de responsabilidad social, lo que se espera, de qué forma lo favorecerá, entre otros aspectos clave.

Bibliografía

- Alonso, M. (2006). Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España. (pp. 26-36). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.10566108&lang=es&site=eds-live>
- Cooperativa confiar.* (s.f.). Obtenido de <https://www.confiar.coop/>
- C, C. (2013). Biblioteca UNAD. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>
- Confiar. (s.f.). Obtenido de https://www.confiar.coop/uploads/imagenes/Documentos%20PDF/codigo_de_buen_gobierno.pdf
- Confiar - Código de buen gobierno. (s.f.). Obtenido de https://www.confiar.coop/uploads/imagenes/Documentos%20PDF/codigo_de_buen_gobierno.pdf
- Confiar.coop. (s.f.). Obtenido de <https://www.confiar.coop/>
- Cooperativa Financiera Confiar. (10 de Febrero de 2018). Confiar Cooperativa Financiera. Obtenido de <https://www.confiar.coop/>.
- Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>
- Dacasa, E. (2017). Sobre la ética y la responsabilidad social empresarial. (Spanish). Revista Académica, Facultad De Derecho, 14(29), 43-92. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=lg&AN=124347352&lang=es&site=eds-live>.

- De la Cruz, C. & Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. (Spanish). Empresa Y Humanismo, 19(2), 69-118. doi:10.15581/015.XIX.2.69-118. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=117625019&lang=es&site=eds-live>
- 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
- Garzón-Ruiz, W., Acevedo-Guerrero, J. & Zárate-Rueda, R. (2014). Estatus jurídico de la responsabilidad social empresarial (RSE) en Colombia. Dikaion, 22(2). Recuperado de <http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490>.
- Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. Revista de Derecho, (41), (pp. 51-82). Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&tlng=es.
- Manual del sistema de atención confiar. (s.f.). Obtenido de https://www.confiar.coop/uploads/imagenes/Documentos%20PDF/M-GES-0009-MANUAL_SAC_CONFIAR_V4.pdf
- M, P. (2015). Biblioteca UNAD. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=15&docID=4824579&tm=1510603257111>
- 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>.

Solano, L. (2008). Fundamentación lógico-formal de la responsabilidad social corporativa.
Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edseib&AN=edseib.10232433&lang=es&site=eds-live>

Superintendencia de Industria y Comercio. (09 de 03 de 2018). Superintendencia de Industria y Comercio. Obtenido de http://www.sic.gov.co/leyes?field_tipo_de_norma_value=1&field_tema_general_tid=All&field_anos_value=All

Tantum. (s.f.). Obtenido de <http://www.tantum.com/argentina/responsabilidad-social-empresarial-en-la-gestion-estrategica/>

Telefónica. (s.f.). Obtenido de http://www.telefonica.com.ec/proveedores/pdf/Manual_para_Elaborar_Codigos_de_Etica_Empresarial.pdf.

Anexos

Enlace Vídeo: Responsabilidad Social Empresarial versus marketing Social Corporativo

<https://youtu.be/aCr6iTfQVxA>