

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
EMPRESAS PÚBLICAS DE GARAGOA S.A E.S. P**

**CÉSAR AUGUSTO SANZ VENEGAS.
EDISSON ALEXANDER ROA HERNÁNDEZ.
MARÍA CAMILA NOGUERA LÓPEZ.
NINFA YASMIN ORTEGA LEGUIZAMÓN.
JHON HAROLD VERGARA DÍAZ.**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y
NEGOCIOS – ECACEN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACION EN GERENCIA ESTRATEGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL
MAYO DE 2018**

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
EMPRESAS PÚBLICAS DE GARAGOVA S.A E.S. P**

Presentado por:

CÉSAR AUGUSTO SANZ VENEGAS. CÓD. 18.615.538
EDISSON ALEXANDER ROA HERNÁNDEZ. CÓD. 1048846294
MARÍA CAMILA NOGUERA LÓPEZ. CÓD. 1089845806
NINFA YASMIN ORTEGA LEGUIZAMÓN. CÓD. 52.205.727
JHON HAROLD VERGARA DÍAZ. CÓD. 94521522

FAIBER ALEXIS BENAVIDES

Tutor:

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y
NEGOCIOS – ECACEN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACION EN GERENCIA ESTRATEGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL
MAYO DE 2018

Tabla de contenido

| | |
|--|----|
| Resumen..... | 6 |
| Abstract..... | 7 |
| Palabras clave..... | 8 |
| Introducción | 9 |
| Objetivos..... | 10 |
| Objetivo general | 10 |
| Objetivos específicos..... | 10 |
| 1. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa Publicas de Garagoa S.A E.S.P..... | 11 |
| 1.1. Direccionamiento Estratégico. | 11 |
| 1.3. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial. | 15 |
| 2. Código de conducta | 16 |
| 2.1. Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción. | 16 |
| 2.2. Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta..... | 17 |
| 2.3. Código de conducta de la empresa seleccionada | 17 |
| 3. Stakeholders..... | 26 |
| 3.1. Breve descripción de los Stakeholders..... | 26 |
| 4. Plan de responsabilidad social empresarial | 29 |
| Conclusiones | 41 |
| Bibliografía | 42 |
| Anexos | 45 |

Lista de tablas

| | |
|--|---|
| Tabla 1. Formato de evaluación del desempeño..... | 13 |
| Tabla 2. Recursos financieros y decisiones de inversión | 25 |
| Tabla 3. Matriz de Influencia/Impacto..... | 28 |
| Tabla 4. Plan de responsabilidad social empresarial | 29 |
| Tabla 5. Plan de comunicaciones..... | ¡Error! Marcador no definido. 39 |

Lista de Figuras

| | |
|---|----|
| Grafica 6. Mapa genérico Empresas Publicas de Garagoa S.A E.S.P..... | 26 |
|---|----|

Resumen

Este trabajo realizado en EMPRESAS PUBLICAS DE GARAGOA S.A E.S.P., está basado en la elaboración de un plan de responsabilidad social, teniendo en cuenta los impactos económicos, sociales y ambientales que se han generado en el transcurso del servicio a la comunidad; se establece un modelo gerencial el cual es un Modelo de Cluster – Cadena de Valor, seguidamente se propone el código de conducta donde se describen los valores y principios éticos, se toma en consideración aspectos financieros y de inversión, se realiza un video donde se identifica y se aplica el marketing social y corporativo de la empresa. Seguidamente se desarrolla un mapa genérico de los Stakeholders donde se establecen los grupos de interés externo e interno identificando cuál es su influencia e impacto en la organización. Este trabajo se culmina con la elaboración de un Plan de Responsabilidad Empresarial basados en las dimensiones y stakeholders identificados para la organización, estableciendo objetivos, estrategia, plazos, recursos, indicadores seguimiento, frecuencia y medio.

Abstract

The work carried out in the EMPRESAS PÚBLICAS DE GARAGOA S.A E.S.P., was based on the elaboration of a social responsibility plan, taking into account the economic, social and environmental impacts that have been generated in the course of the service to the community; a management model was established, which was a Cluster Model - Value Chain; Next, the code of conduct was proposed, where its content is based on ethical values and principles. For this purpose, financial and investment aspects were considered. During the investigation carried out by the company in question, a video was made where the social and corporate marketing of the company was identified and applied. Next, it has a generic map of the Stakeholders where the external and internal interest groups were established; identifying what their influence and impact would be on the organization. This work culminated with the elaboration of a Business Responsibility Plan based on the dimensions and stakeholders identified in the organization, establishing objectives, strategy, deadlines, resources, monitoring, frequency and medium indicators.

Palabras clave

Responsabilidad social, Económico, Ambiental, Modelo gerencial.

Introducción

El presente trabajo contiene la propuesta de un Plan de Responsabilidad Empresarial para la Empresas Públicas de Garagoa S.A. E.S.P., Éste documento se constituye en las directrices a seguir por la Entidad en el desarrollo de las actividades cotidianas, para ser responsable socialmente ante la comunidad a la que presta sus servicios.

Para estructurar este plan primero definimos algunos problemas por los que atraviesa la empresa y que afectan a los diferentes grupos de interés de la organización. Desde esta perspectiva, estructuramos un Código de Conducta en donde se contemplan los principios, valores, bases de comportamiento, que al ser aplicados por la empresa contribuyen para una mejor convivencia interna y externa de la comunidad con la que desarrolla sus actividades y para quienes la realiza.

Esperamos con esta propuesta contribuir con una herramienta que puede ayudar a mejorar las relaciones sociales de la empresa con la comunidad. Posiblemente ser responsable socialmente, ayuda a que los resultados que se pueden obtener sean mejores, así como tener una buena apreciación por parte de la comunidad a la que presta sus servicios.

Objetivos

Objetivo general

Elaborar un plan de Responsabilidad Social Empresarial para Empresas Publicas de Garagoa S.A. E.S.P., identificando los impactos económicos, sociales y ambientales e incluyendo estrategias de mitigación que aporten valores en el desarrollo normal de las actividades de la empresa.

Objetivos específicos

- ✓ Proponer una empresa del entorno.
- ✓ Redactar el código de conducta de la empresa seleccionada.
- ✓ Realizar un video de contextualización sobre RSE vs Marketing.
- ✓ Diseñar el mapa genérico de los Stakeholders para Empresas Públicas de Garagoa S.A E.S.P.
- ✓ Elaborar un plan de responsabilidad social empresarial a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales generados por Empresas Públicas de Garagoa S.A E.S.P.
- ✓ Socializar el plan RSD

Desarrollo Actividad

1. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa Publicas de Garagoa S.A E.S.P.

1.1. Direccionamiento Estratégico.

Empresas públicas de Garagoa S.A E.S.P., son Prestadores de servicios públicos de Acueducto, Alcantarillado y Aseo ubicada en la ciudad de Garagoa y el valle de Tenza.

Garagoa es un Municipio Colombiano, capital de la provincia de Neira, al suroriente del departamento de Boyacá. Es el Noveno municipio más poblado del departamento.

El Valle de Tenza una región geográfica y cultural ubicada entre los departamentos colombianos de Cundinamarca y Boyacá. El Valle de Tenza es atravesado por la Cordillera Oriental (Colombia) por esa razón tiene un terreno muy quebrado y una gran variedad de climas que van desde el frío páramo hasta el cálido llano. El valle de Tenza tiene una población aproximada de más de 60.000 habitantes.

Fuente: <http://www.empresaspublicasdegaragoa-boyaca.gov.co/>

- **Misión:**

Somos prestadores de servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado y aseo; satisfacemos las necesidades de nuestros usuarios desarrollando adecuados procesos de gestión, producción y apoyo, que permiten proteger el ambiente, generar empleo, crecimiento social y económico, que mejoran la calidad de vida de los habitantes de Garagoa y el Valle de Tenza.

- **Visión:**

Posicionar la Empresa como modelo regional y líder en el departamento de Boyacá para el año 2020, en la prestación de los servicios de acueducto, alcantarillado y aseo; ampliando sus servicios como Empresa consultora; comprometida con todos sus usuarios, implementando las mejores prácticas de transparencia, responsabilidad social empresarial y compromiso ambiental.

- **Valores Empresariales:**

- ✓ Orientación hacia el servicio y usuario

- ✓ Justicia y respeto integral por las personas
 - ✓ Transparencia en el manejo de recursos
 - ✓ Efectividad en la gestión
-
- **Objetivos empresariales:**
 - ✓ Prestar servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo, de conformidad con los requisitos de la constitución y la ley.
 - ✓ Brindar servicios con criterios de calidad, eficiencia, oportunidad y transparencia.
 - ✓ Establecer y ejecutar programas, planes, proyectos mediante estrategias acertadas de planeación, gestión, administración y participación ciudadana.
 - ✓ Establecer políticas de desarrollo y talento humano dentro de la Empresa.

1.2. Formato de evaluación del desempeño de Empresas Públicas de Garagoa S.A E.S.P.

Tabla 1. Formato de evaluación

| Formato de evaluación Impacto Empresas Públicas de Garagoa S.A E.S.P | | | |
|--|---|----------|--|
| Problema | | Impacto | Prioridad atención (alta, media, baja) |
| Económico | <p>Interno: Cartera morosa representada en una deuda por parte de los usuarios de los servicios de Acueducto Alcantarillado y Aseo del 40% de los ingresos mensuales y con una antigüedad mayor a dos años.</p> <p>Este problema causa efectos financieros sobre la empresa. Necesariamente se requiere un plan de contingencia para disminuirlo ya que de persistir e incrementarse la empresa puede llegar a ser inviable.</p> | Negativo | Alta |
| | <p>Externo: Agua no contabilizada por fugas en la red. Las fugas son causadas por el deterioro en las líneas de conducción, por lo que se requiere un plan que pueda hacer revisión a dichas líneas.</p> | | |
| Social | <p>Interno: Infraestructura insuficiente, falta de personal. Al mencionarse de una infraestructura que no es la adecuada, se desea expresar que es necesario modernizar la empresa, para lo cual se requiere buscar recursos para hacer inversión en ella. Estos recursos deberían ser gestionados ante las entidades gubernamentales. También se requiere ampliar la planta de personal para atender contingencias y tareas.</p> | Negativo | Media |
| | <p>Externo: Falta de cobertura en el servicio de acueducto, alcantarillado y aseo en el perímetro urbano del municipio de Garagoa, conexiones fraudulentas. Tener una mayor cobertura es importante para atender a la población. Al respecto de las conexiones fraudulentas, se requiere indudablemente que la empresa adopte un plan de revisión de redes para detectarlas, suspenderlas y legalizarlas.</p> | | |

| | | | |
|-----------|---|----------|------|
| | <p>Interno: Cobertura de residuos sólidos parcial en la planta de tratamiento parcial, generando malos olores y enfermedades transmitidas por vectores en la comunidad y trabajadores de la Empresa. El manejo de los residuos sólidos es un problema a todo nivel y en toda parte, tal vez considerar la transformación en algún producto teniendo como insumo estos residuos, puede ser una solución.</p> | | |
| | <p>Externo:</p> | | |
| Ambiental | <p>No se cuenta con una planta de tratamiento de aguas residuales, generando contaminación en las fuentes hídricas del municipio. Una planta de tratamiento de aguas residuales es una disposición gubernamental para su tratamiento. Los municipios deben darse a la tarea de conseguir los recursos para su realización.</p> | Negativo | Alta |
| | <p>Los usuarios de aseo no realizan separación en la fuente de los residuos sólidos. La falta de cultura ciudadana es una constante en todas partes, se requiere concientizar la población con campañas masivas a través de todos los medios de comunicación.</p> | | |

Fuente: Elaboración propia

1.3. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial.

Realizando el análisis respectivo se evidencia que cada una de las dimensiones tiene impactos negativos, pero es importante profundizar el ECONOMICO para la elaboración del plan de responsabilidad social empresarial, garantizando la sostenibilidad financiera, recursos suficientes para ejecutar programas sociales y ambientales de Empresas Públicas de Garagoa S.A E.S.P.

Al analizar el desempeño de Empresas Publicas de Garagoa S. A. E.S.P., se pudo determinar que se encuentran problemas del orden económico, social y ambiental. Estos aspectos son importantes para que desde la gerencia se realicen acciones que permitan resolverlos.

Adelantar un Plan de Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa, es doblemente importante ya que una empresa pública de por sí debe estar encaminada a servir a la comunidad, por lo tanto, que desde las diferentes instancias se piense en adelantar las actividades tendientes a cumplir las expectativas de los diferentes grupos de población involucrando a la comunidad en ello.

2. Código de conducta

2.1. Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción.

Modelo de Cluster – Cadena de Valor

Michael Porter propone en su modelo identificar fuerzas competitivas en la empresa, sugiriendo estrategias y dando mayor importancia a las actividades en donde la probabilidad que los sistemas de información impacten estratégicamente. El modelo detecta en donde se deben utilizar la tecnología eficientemente para mejorar su competitividad, bajo la concepción que un grupo de personas en un espacio determinado desarrolla acciones en pro de conseguir los mismos objetivos.

Corredor, C. (2013). Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. ed.). (pp. 206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>. Pagina 219

- **Localización:**

Empresas Públicas de Garagoa S.A E.S.P., se encuentra situada en el departamento de BOYACA, en el municipio de GARAGOA y su dirección postal es CALLE 11 10 57 INT 3, Garagoa, Boyacá. Constituida como una Administración Local.

- **Ambiental:**

Terreno muy quebrado y una gran variedad de climas que van desde el frío páramo hasta el cálido llano.

- **Distrito Industrial:**

Empresas Publicas de Garagoa S.A E.S.P., no tiene competencia del mismo servicio que presta. Aunque existe en el municipio empresas que promueven el turismo y 2 empresas importantes de transporte que se podría tener vínculos con el fin de realizar alianzas comerciales.

A través de la cadena de valor Empresas Publicas de Garagoa S.A E.S.P., deberá revisar todas las actividades que realice agregando un valor al producto (servicio de agua, acueducto y aseo).

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

Buscando información acerca de la iniciativa mundial aplicada para los códigos de conducta, indudablemente el tema está relacionado con la responsabilidad social empresarial. Al respecto, Camacho, J. es su ensayo realizado en el año 2015 manifiesta que “cualquier empresa debe armonizar en su actividad de producir, comercializar o vender el escenario de la rentabilidad económica y de la estabilidad financiera, con los derechos humanos, con los derechos laborales, con el bienestar social, la garantía integral y la protección ambiental”. También menciona que los temas relacionados con la responsabilidad social debido a la globalización son aplicados a profundidad desde la década de los 90 y que fueron contemplados en el año 2001 por la Comisión Europea aprueba el libro verde. Por las naciones Unidas desde el año 2000 con el programa PNUD, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Nuevamente en el 2009 por la Comisión Europea en donde exhorta a las empresas a que desarrollen políticas éticas y responsables. En la actualidad se tiene en cuenta la norma internacional ISO 26000:2010 que, aunque no es una norma de certificación internacional, contiene directrices voluntarias para las empresas en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial.

2.3. Código de conducta de la empresa seleccionada

Informe previo a la elaboración del código de conducta.

- **Decisión de la alta dirección:**

La empresa voluntariamente fundamentada en que esta tenga un compromiso ético, decide elaborar el código de conducta para todas las personas que intervengan en los procesos, dándole a conocer la importancia de la ética y la aplicación de este código de conducta.

- **A quien aplica:**

Este código de conducta estará aplicado a todos los colaboradores de la empresa (directivos, empleados, proveedores y clientes.) Confiando de que ellos manejen altos estándares éticos al

momento del incumplimiento de cualquiera de los principios establecidos en nuestro código de conducta.

- **Conformación del equipo:**

Se establecerá un cronograma de trabajo con 10 trabajadores, donde se nombrará un líder para que planifique lo estipulado en el proyecto.

- **Instancias de sensibilización y participación:**

- **Misión:**

Somos prestadores de servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado y aseo; satisfacemos las necesidades de nuestros usuarios desarrollando adecuados procesos de gestión, producción y apoyo, que permiten proteger el ambiente, generar empleo, crecimiento social y económico, que mejoran la calidad de vida de los habitantes de Garagoa y el Valle de Tenza.

- **Visión:**

Posicionar la empresa como modelo regional y líder en el departamento de Boyacá para el año 2020, en la prestación de servicios de acueducto, alcantarillado y aseo; ampliando sus servicios como empresa consultora; comprometida con todos sus usuarios, implementando las mejores prácticas de transparencia, responsabilidad social empresarial y compromiso ambiental.

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

El equipo conformado para la elaboración de este código lo desarrollará teniendo en cuenta las necesidades de la organización, con un lenguaje sencillo y de fácil entendimiento para todos los actores que intervengan; el documento deberá estar disponible, se entregará a cada colaborador por medio de un acta donde indicará el recibido de este.

- **Consultas multisectoriales:** No aplica
- **Consulta a peritos:** No aplica.

Contenido Código de Conducta de Empresas Públicas de Garagoa S.A. E.S.

- **Presentación.**

El código de Conducta de Empresas Publicas de Garagoa S.A E.S.P., proporciona el punto de partida de un nuevo y cada vez renovante accionar público encaminado a un beneficio común, facilitando espacios de convivencia y de responsabilidad laboral en la prestación de los servicios de acueducto, alcantarillado y aseo en los Municipios de Garagoa y Boyacá.

El código de Conducta de la Empresa de servicios Públicos domiciliarios de Acueducto, Alcantarillado y Aseo de Garagoa y Boyacá, se elaboró con la finalidad de propiciar en cada uno de los funcionarios tanto administrativos como operativos el compromiso comunitario como punto de partida de un nuevo y cada vez renovante accionar encaminado a su beneficio común, la cual facilita espacios de convivencia y de responsabilidad laboral para con la comunidad en la prestación de los servicios públicos domiciliarios.

Los funcionarios de la empresa deben generar espacios para el reconocimiento y ejecución de un nuevo ámbito laboral para que todos unidos nos caractericemos por brindar valores que se deben construir, creando así una cultura de compromisos, comunicación integral, dialogo y fundamentalmente una cultura de eficacia y eficiencia en la prestación de los servicios.

Los acuerdos, compromisos o protocolos éticos, formalizan la determinación de los servidores públicos de Empresas públicas de Garagoa S.A E.S.P., para obrar de acuerdo con un conjunto de valores definidos, a fin de garantizar la rectitud y la integridad de su gestión.

- **Valores y Principios Éticos**
- ✓ **Calidad de Vida Laboral**

Cada una de las personas de la empresa debe contar con la capacidad de evaluar situaciones, plantear soluciones y tomar decisiones, así como la de responder por lo que hace y por lo encomendado para hacer, por tratar a los demás como espera que lo traten. En la Institución se procurará que los colaboradores sean respetados y que puedan desarrollarse en el ámbito personal y profesional, para lo cual deberá haber respeto, justicia, afecto y confianza, sin que se presente maltrato, trabajos forzados e indignos.

Estos serán los principios que la empresa se compromete a adoptar como norma:

✓ **Desarrollo y Valores**

Nos comprometemos a permitir el desarrollo del recurso humano fomentando el aprecio por las normas éticas y los valores morales, mediante la confianza y partiendo de la buena fe como base para unas relaciones interpersonales duraderas y cercanas. Es importante evitar acciones que redunden en el acoso y se procurará mantener un adecuado ambiente laboral en el que puedan desarrollar sus capacidades, talentos y competencias.

✓ **Bienestar y seguridad**

La empresa debe estar comprometida en brindar ambientes de trabajo adecuados, sanos y seguros que permitan a todos sus colaboradores seguridad y bienestar. Para ello es necesario contar con el concurso de todos estando atentos para la identificación de los peligros, a proponer acciones para provenirlos y a evitar exponer la integridad física, moral y psicológica propia o de cualquier integrante de la empresa, de los clientes, proveedores y demás personas internas o externas a ella.

✓ **Claridad en las Funciones y organización laboral**

Es necesario que estén suficientemente estructuradas las funciones y actividades en un manual para cada uno de los cargos que integran la empresa. Este manual debe apegarse a las disposiciones legales.

✓ **Información**

Cada empleado debe reportar la información producto de su labor, de forma oportuna, honesta y segura, con el ánimo de que sea utilizada para que reflejen la situación exacta de la realidad de la empresa.

✓ **Respeto a la individualidad**

En la empresa cada persona debe ser respetada y valorada, este valor es único e indispensable para el equipo de trabajo. Por lo tanto, será respetada y no se permite ser discriminada.

✓ **Confidencialidad**

Cualquier trabajador que esté vinculado y aquellos que ya dejen de laborar para la empresa, debe estar comprometido en dar el adecuado uso a la información a la que tiene acceso, por lo que cuidadosamente la guarda, la asegura y no la divulga.

✓ **Integridad**

Se tendrá especial cuidado para que en la empresa no se presenten actos de corrupción, por tal causa no debe ofrecer ni aceptar prebendas de ninguna especie tendientes a obtener beneficios.

✓ **Austeridad**

Cada uno de los procesos que se desarrollen en la empresa debe ser realizados haciendo uso eficiente de los recursos por lo que es necesario evitar desperdicios, maximizar su capacidad, aprovechar y prolongar su vida útil.

✓ **Conducta**

Cada uno de los empleados debe actuar de acuerdo con el código de ética establecido y atendiendo las políticas de la empresa, de tal manera que el actuar en contra de ellas, viola los principios. Esta acción se sanciona presentándose ante un debido proceso.

✓ **Teorías éticas**

Estas serán de carácter normativo, se pretende que la empresa este fundamentada en normas morales ya establecidas por la Sociedad no por imposición creando nuevas morales, con el fin de justificar los actos humanos por medio de las normas y los juicios morales.

- **Éticas materialistas:** Los directivos y empleados deberán considerar que debe existir un fin o un bien que los guiará el comportamiento moral, mediante el establecimiento de normas y pautas como objetivo a alcanzar.
- **Éticas formales:** Los directivos y empleados considerarán que debe existir un obrar desinteresadamente, que deberá ser guiado por la conciencia racional.

✓ **Dignidad de la persona**

La dignidad de las personas de la empresa deberá estar basadas en los derechos humanos y la igualdad de trato de hombre y mujer, regidos por actitudes como el respeto y rechazo a la manipulación, no permitiendo ni tratar a las personas como objetos. La dignidad también estará basada en la integridad y justicia, donde las decisiones que se tomen sean acordes al respecto para mí y los demás, aplicando la equidad.

✓ **Normas éticas**

Empresas Públicas de Garagoa S.A E.S.P., estará para regulada por las acciones del ser humano, con respecto a las acciones con los demás. Estas servirán para preservar la integridad de las personas establecidas para cualquier individuo, independiente de su sexo, religión o raza. Basados en el principio de igualdad.

✓ **Veracidad**

Empresas Públicas de Garagoa S.A E.S.P., como principio de veracidad estará basado en un valor moral positivo, que busca siempre la verdad o la realidad, con el fin de que sea sincero y honesto en los deberes diarios.

✓ **Intimidad**

Empresas Publicas de Garagoa S.A E.S.P., busca tener una estrecha amistad con los usuarios, brindándoles confianza, donde se sientan como en su hogar.

Cuando un usuario se presente a la empresa a adquirir un servicio se debe iniciar con el saludo afectuoso, invitarlo a pasar y escuchar su solicitud donde se le explicaría de acuerdo al portafolio de servicios que la empresa tiene, buscando siempre resolver de la mejor y atenta manera sus inquietudes.

✓ **Conductas obligatorias**

Los principios éticos y morales establecidos en la Empresa son de obligatorio cumplimiento para todo el personal, son un deber ineludible y no existe excepción alguna para su cumplimiento, para así brindar una buena imagen.

Al presentarse una conducta irregular el directivo debe actuar con criterios de justicia para contratar, capacitar, promover, despedir o jubilar personal evitando formas de discriminación.

✓ **Conductas óptimas**

Son conductas óptimas aquellas que dan mejor grado o lo más favorable en este caso para interacción entre la empresa, los trabajadores y los usuarios.

Es necesario que todo el personal actúe de manera cordial brindando respeto y amabilidad tanto con sus compañeros como con la comunidad.

✓ **Conductas deseables**

Para una buena interrelación entre los diferentes actores de la Empresa, se hace necesario unas conductas deseables, que se obtendrán después de un análisis del entorno actual y de su comportamiento.

Toda la estructura organizacional de la empresa debe interactuar para resolver los conflictos tanto internos como externos, buscando siempre un buen clima organizacional.

✓ **Conductas prohibidas**

Son conductas prohibidas las que van en contra de la moralidad y los principios de la empresa y sus trabajadores al igual las que afecten a los usuarios y a las demás Empresas de los diferentes sectores económicos.

Para todos los empleados de la Empresa es prohibido tener relación afectiva entre empleados, ya que eso llevaría a un desorden en sus actividades laborales, está prohibido dentro de la

empresa realizar cualquier tipo de desorden en cuanto a fiestas, consumir bebidas alcohólicas, fumar, y recibir visitas sociales. El incumplimiento a estas conductas llevaría el respectivo llamado de atención o cancelación de contrato.

✓ **Conflictos de Intereses**

Los empleados deberán abstenerse de involucrarse en situaciones que generen conflictos de intereses, evitaran al máximo realizar actividades de interés personal o familiar con otras empresas o personas con las que la empresa haya realizado negocios, actividades que vayan en detrimento de la empresa.

✓ **Corrupción y sobornos**

Nuestra prioridad es la prestación de un excelente servicio evitando cualquier forma de corrupción, por lo tanto, nuestras relaciones con nuestros clientes y proveedores están basadas en criterios de confiabilidad con el fin de disminuir los riesgos que puedan afectar la empresa acogiéndonos a las leyes anticorrupción y anti sobornos.

✓ **Regalos y beneficios**

Los empleados se abstendrán de aceptar u ofrecer servicios, regalos, tratos preferenciales o beneficios de nuestros clientes o proveedores que influyan o comprometan la imparcialidad en la conducta de los empleados o en la representación de la empresa.

✓ **Enfoque de calidad**

Nuestra responsabilidad con la calidad es vital para el éxito de la empresa, actuaremos con profesionalismo y alcanzaremos los más altos estándares de calidad en beneficio de nuestros clientes mejorando nuestras estructuras y procesos.

✓ **Medio Ambiente**

Promovemos el uso eficiente de los recursos naturales y reducimos el impacto medioambiental en nuestras actividades empresariales a través de la implementación de medidas

preventivas y del adecuado uso de tecnologías propiciando la protección del medio ambiente y el uso sostenible de los recursos naturales.

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

Tabla 2. Recursos financieros y decisiones de inversión

| ACTIVIDADES | PROVEEDORES | DIAS | COSTOS |
|----------------------------------|---------------------|------|-------------------|
| Conformación de un comité líder | Interno | 1 | 500.000 |
| Revisión de planes y códigos | Interno y externo | 2 | 500.000 |
| Capacitaciones en temas éticos | Internas y externas | 2 | 2.000.000 |
| Elaboración Borrador | Interno | 15 | 250.000 |
| Revisión de borrador | Interno | 1 | 500.000 |
| Aprobación | Interno | 1 | 250.000 |
| Lanzamiento y entrega del código | Interno | 2 | 5.000.000 |
| Subtotal 1 | | | 9.000.000 |
| Video institucional | Externo | 1 | 1.000.000 |
| Banner | Externo | 1 | 250.000 |
| Códigos impresos | Externo | 1 | 1.000.000 |
| Afiches | Externo | 1 | 500.000 |
| Invitación y lanzamiento | Externo | 1 | 1.000.000 |
| Refrigerio | Externo | | 1.500.000 |
| Subtotal 2 | | | 5.250.000 |
| TOTAL | | | 14.250.000 |

Fuente: Elaboración propia

3. Stakeholders

3.1. Breve descripción de los Stakeholders.

Los Stakeholders de Empresas Públicas de Garagoa S.A. E.S.P., corresponden a todas aquellas personas de cualquier índole, que se encuentran involucradas en el desarrollo de sus actividades o que están siendo afectadas de forma positiva o negativa. Es importante mencionar que por ser una empresa de carácter público que presta servicios esenciales para la población en general, tiene que ver con todo el municipio y con su desarrollo.

3.2. Mapa genérico Empresas Publicas de Garagoa S.A E.S.P.

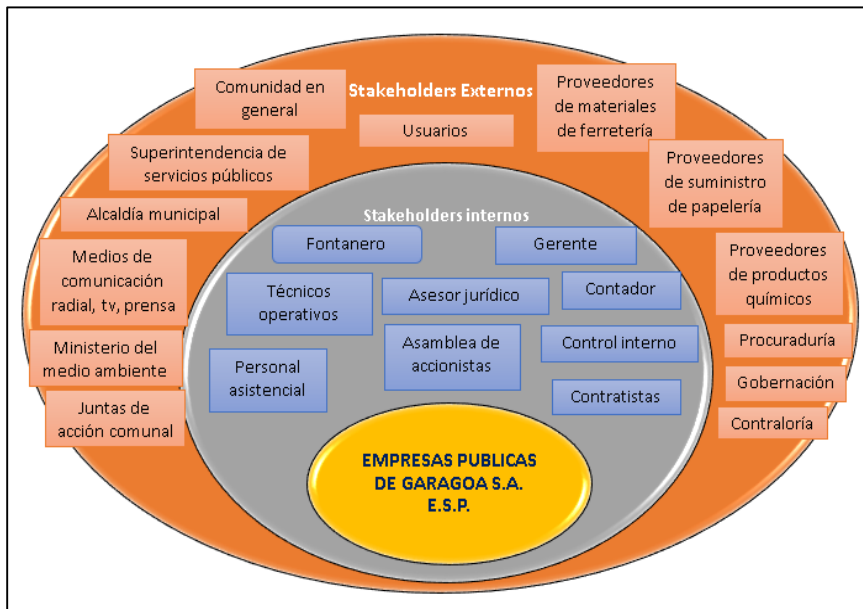


Figura 6. Mapa genérico

Fuente: Elaboración propia

La Empresa como parte del sistema público de la ciudad de Garagoa tiene varios interesados en su buena marcha, ya que también se benefician dependiendo de la buena marcha que lleve. Los grupos que influyen o son influenciados por la empresa se dividen en 2 sectores.

En primer lugar, aparecen aquellos grupos internos a la empresa es así que en ellos se encuentran:

Comunidad o Clientes o usuarios: Estos esperan que la empresa les brinde servicios de calidad y que puedan satisfacer sus necesidades, cumpliendo con sus obligaciones y requerimientos.

Empleados: En la empresa debe ser el principal activo por el papel que desempeña para que funcione eficientemente, por tal causa debe motivarse, capacitarse, formarse, promocionarse, dársele adecuadas condiciones de trabajo, remuneraciones acordes con el mercado laboral y demás beneficios que otorga la ley.

Proveedores: Para que la empresa funcione adecuadamente es necesario que los proveedores suministren productos de calidad a costos razonables y de forma oportuna.

Contratistas: Por ser una empresa pública debe regirse por las normas de contratación vigentes para el estado colombiano, de tal manera que debe tener una estrecha relación con aquellas personas naturales o jurídicas que mediante contratos desarrollen actividades que le permitan cumplir con el objeto social.

En segundo lugar, se encuentran aquellos grupos externos que también están atentos para que la empresa desarrolle una buena labor. Entre ellos están:

Las Juntas de Acción Comunal: Por ser un estamento que media entre la comunidad y las administraciones municipales, es importante mantener unas excelentes relaciones con ellos para que a través de ellas se conozca las acciones que la empresa realiza en los diferentes sectores de la ciudad.

Los medios de comunicación: Mantener informada la comunidad es primordial en cualquier circunstancia, por tal causa, tener unas muy buenas relaciones con la prensa hablada y escrita que influye en la ciudad.

Superintendencia de Servicios Públicos: Como empresa de servicios públicos, es la entidad que la vigila, por tal causa los requerimientos, informes, disposiciones, normas que emita, debe acatar para evitar acciones que la comprometan.

Contraloría y Procuraduría: Necesariamente se debe tener muy buenas relaciones con estos estamentos que también ejercen control y vigilancia en sus actuaciones. Por tal causa es necesario cumplir con los requerimientos que en cualquier momento le imponga.

3.3. Matriz de relaciones (influencia/impacto)

Tabla 3. Matriz de Influencia/Impacto

| Matriz de Influencia/Impacto | | |
|------------------------------|---|--|
| impacto ↑ | <ul style="list-style-type: none"> • Alcaldía Municipal • Comunidad en General • Control interno • Gobernación • Contraloría • Procuraduría • Superintendencia de servicios públicos | <ul style="list-style-type: none"> • Usuarios • Gerente • Juntas de acción comunal y asociaciones • Contratistas |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Personal asistencial • Asesor jurídico • Contador • Medios de comunicación • Otras empresas de servicios públicos | <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de productos químicos • Proveedores de materiales de ferretería • Proveedores de suministro de papelería • Técnico operativo • Fontanero |
| bajo | Influencia → alto | |

Fuente: Elaboración propia

4. Plan de responsabilidad social empresarial

Tabla 4. Plan de responsabilidad social empresarial

| PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE EMPRESAS DE PÚBLICAS DE GARAGOA S.A E.S.P | | | | | | | | |
|---|--------------|--|--|-----------------|--|---|--|--|
| Dimensión | Stakeholders | Objetivo | Estrategia | Plazo | Recursos (físicos, humanos, técnicos) | Indicador | Seguimiento | |
| | | Disminuir en un 90% la cartera superior a 60 días | Realizar acuerdos de pago con un plazo de financiación máximo de 6 meses | 2 meses | Físicos y humanos | Usuarios/ Acuerdos de pago. 85*100/85=100% | Mensual | |
| Económica | Usuarios | Garantizar la satisfacción de los usuarios en el servicio prestado | Maximizar la calidad de los servicios suministrados a los usuarios optimizando la planta de agua potable | Seis (06) meses | Personal adicional | 100% agua recaudada en macro medidores 100% de agua entrega a los usuarios mediante micro medidores | Seguimientos a las PQR | |
| | | Alcanzar las expectativas | El personal debe tener la capacidad de: Manejo óptimo de las relaciones | 1 mes | Humano, tecnológico | Respuesta del Personal de servicio al cliente/ | Informe diario de llamadas y atención al usuario. Evaluado | |

| | | | | | | |
|----------------------|--|--|----------|---|---|---|
| | del consumidor. | interpersonales, excelente dicción, presentación personal, realización de encuestas en forma telefónica o personal, manejo de reclamos y quejas. | | | Satisfacción del usuario = $65 \cdot 100 / 65 = 100\%$ | por el sistema de Gestión de Calidad. |
| Usuarios | Alcanzar altos niveles de satisfacción al cliente para garantizar el servicio. | Promover la capacitación, implementar y ejecutar programas de gestión comercial con los usuarios. | 3 meses | Recursos humanos, financieros y Técnicos | Clientes/programas de gestión comercial. $80 \cdot 100 / 80 = 100\%$ | Semanal – Actas de capacitación, formatos de Peticiones, quejas y reclamos. |
| Dueños de la Empresa | Maximizar la cobertura y optimizar la prestación de servicios | Incremento en cobertura de servicios en 10% | Un año | Personal de la empresa e inversiones necesarias para lograrlo | Cobertura actual/cobertura incrementada | Avances mensuales |
| Contratistas | Establecer en el contrato el pago por labor u obra ejecutada | Contratar un supervisor para verificar el cumplimiento | 12 meses | financieros | Obras/Contratación $70 \cdot 100 / 70 = 100\%$ | constante |

| | | | | | | |
|-------------|---|---|-----------------|--------------------------------|---|---|
| | Garantizar la sostenibilidad de la empresa a través de una gestión responsable | Realizar redición de cuentas de forma periódica garantizando el buen uso de los recursos públicos manejados por la empresa | Seis (06) meses | Financieros | Accionistas/ Rendición de cuentas. 85*100/85=100% | Actas de accionistas, Indicadores de Inversión. |
| Accionistas | Maximizar el bienestar de los accionistas con el propósito de fortalecer la relación y compromiso con la empresa. | Estructurar proyectos empresariales para garantizar el rendimiento mínimo de la inversión. Promover prácticas empresariales para fortalecer relaciones. | 6 meses | Recursos financieros y humanos | Accionistas/. Proyectos Empresariales. 85*100/85=100% | Mensual – comités de evaluación y seguimiento. |
| | Garantizar rentabilidad, estructura financiera, crecimiento y excelencia en el servicio ofrecido. | Evaluación trimestral de los informes enviados por los jefes de área, con el fin de tomar decisiones y realizar cambios para mejorar los procesos que no se estén ejecutando de una manera eficiente. | 3 meses | Talento humano | Evaluación / Indicadores de gestión = 80*100/80=100% | Informes trimestrales por departamento |

| | | | | | | | |
|--------|---|--|--|----------------|--|---|--|
| | | Mejorar las condiciones en seguridad social y salud ocupacional | Realizar capacitaciones con un profesional en el tema | 3 meses | Humanos, técnicos | Grupos de interés/ Capacitaciones. 55*100/55=100% | Mensual |
| Social | Gerente, contador, control interno, asesor jurídico, técnico operativo, fontanero, personal asistencial | Garantizar un ambiente laboral generando relaciones de transparencia y productividad | Realizar Capacitaciones de atención al cliente | Dos (02) meses | Sala de capacitaciones, certificados y Recursos Financieros. | 44 empleados capacitados / en 44 empleados de EPGA *100% =100% del personal capacitado | Formularios de reinducción, Actas de Capacitación. |
| | | | Realizar Jornadas de Bienestar institucional | | | | |
| | | Mejorar la percepción que tienen los empleados hacia la empresa. | Actualización del manual de funciones. | Un año | Oficina de recursos humanos | % de empleados con percepción positiva en el año 2017 / % de empleados con percepción positiva de la empresa 2018 | Avances mensuales |
| | | | Realización de análisis ocupacional y salarial | | | | |
| | | Garantizar la prestación del servicio en un marco de relaciones que | Implementar y ejecutar programas de gestión que permitan fortalecer las competencias de los empleados. | 4 meses | Recursos humanos y financieros | Empleados/ programas de gestión. 35*100/35=100% | Trimestral - Formularios de evaluación del desempeño y Actas de capacitación. |

| | | | | | | |
|----------|--|---|---------|--------------------------------|--|--|
| | generen compromiso y confianza. | Ejecutar programas que permitan contribuir a elevar los niveles de satisfacción, eficiencia y eficacia de los empleados. | | | | |
| | Tener un equipo profesional 100% competitivo encargado de manejar de manera eficiente los objetivos y metas de la empresa, logrando un posicionamiento de la compañía y ganancia a los accionistas de la empresa | Realización de capacitaciones en temas organizacionales a los miembros del equipo directivo <hr/> Trazar metas a fin de que se pueda evaluar el desempeño logrado después de las capacitaciones realizadas | 3 meses | Financieros | Equipo profesional/Capitación. $70 \times 100 / 70 = 100\%$ | Evaluación de desempeño, indicadores de gestión evaluados en los comités mensuales |
| Usuarios | Disminuir la cantidad de quejas y | Ubicación de urnas en donde los usuarios consignen sus opiniones. | Un año | Financieros para adquisición y | Cantidad de quejas y reclamos 2017/cantidad de | Reuniones semanales y mensuales. |

| | | | | | | |
|-------------|---|---|---------------|--|---|--|
| | reclamos presentados en el año | Evaluación semanal de quejas y reclamos | | ubicación de urnas, Contratación de personal para oficina de atención al usuario | quejas y reclamos 2018 | |
| | | Creación de una oficina de atención al usuario | | | | |
| | Mejorar los tiempos de entrega de suministros e insumos. | Creación de un manual del proveedor, realizar evaluación de proveedores actuales y consecución de mínimo 2 nuevos proveedores por insumo. | 2 (dos) meses | Personal del departamento de compras y adquisiciones de la empresa | Tiempo de entrega de insumos 2017 / tiempo de entrega de insumos 2018 | Reunión y evaluación mensual |
| Proveedores | Mantener buenas relaciones con los proveedores mediante el uso eficiente de los recursos. | Realizar alianzas estratégicas con los proveedores para que se pueda garantizar la continuidad de las relaciones comerciales. | 6 meses | Recursos humanos y financieros | Proveedores/Alianzas estratégicas. $15 \times 100 / 15 = 100\%$ | Mensual – Actas de desempeño, sistemas de mejora continúa. |

| | | | | | | |
|------------------------|---|---|-----------------|--------------------|---|--------------------------------|
| Medios de comunicación | Informar a la comunidad los eventos ordinarios y extraordinarios que la empresa realice | Mediante cuñas radiales sacar los diferentes comunicados | 12 mes | Humanos, técnicos | | Constante |
| Comunidad en general | Dar a conocer el portafolio de la empresa | Mediante campañas promocionar el portafolio de la empresa | 3 meses | Humanos, técnicos | Comunidad/Campañas. $35 \times 100 / 35 = 100\%$ | Mensual |
| Estado | Realizar apoyo al fortalecimiento institucional | Realizar convenios interadministrativos que garanticen el fortalecimiento ambiental con los entes ambientales | Seis (06) meses | Banco de proyectos | Crecimiento en un 20% de Inversión estatal en infraestructura | Convenios interadministrativos |

| | | | | | | |
|--|---|---|----------------------------|---------------------------------------|--|---|
| <p>gobernación, contraloría, procuraduría, alcaldía municipal, superintenden cia de servicios públicos</p> | <p>Disminuir los hallazgos realizados por las entidades de control en los diligenciam entos de los formatos ambientales</p> | <p>Fortalecer la oficina de control interno para realizar un control minucioso a las contrataciones realizadas por la empresa</p> | <p>6 meses</p> | <p>Humanos</p> | <p>Grupos de interés/Fortalecimiento oficina control interno. $70*100/70=100\%$</p> | <p>Mensual</p> |
| <p>Juntas de acción comunal y asociaciones, otras empresas de servicios públicos, comunidad en general</p> | <p>Crear conciencia en la comunidad para el cuidado del medio ambiente</p> | <p>Realizar campañas ambientales</p> | <p>12 meses</p> | <p>Humanos, técnicos</p> | <p>Grupos de interés interno/Campañas $35*100/35=100\%$</p> | <p>Trimestral</p> |
| <p>Participar conjuntame nte en la</p> | <p>Participar conjuntame nte en la</p> | <p>Realizar actividades de responsabilidad ambiental</p> | <p>Seis (06) meses</p> | <p>Fiscos, humanos y técnicos</p> | <p>Grupos de interés interno/Actividades. $40*100/40=100\%$</p> | <p>Informes de sostenibilidad ambiental</p> |

| | | | | | |
|---|--|--------|---|---|-------------------------------|
| conservación de los recursos naturales y el medio ambiente | Realizar siembra de árboles garantizando la preservación y buen manejo de los recursos hídricos | | | | |
| Velar por el cumplimiento de la política ambiental adoptada por la empresa. | La empresa deberá establecer una política ambiental donde se promocióne una cultura ambiental, la gestión debe ser preventiva y hacer un uso racional de los recursos que administramos para el servicio que se presta a la comunidad; hacer participe a toda la comunidad en general. | 1 mes | Salud ocupacional | Empleados/política ambiental $=60 \cdot 100 / 60 = 100\%$ | Gestión de Calidad |
| Concientizar a la comunidad interna y externa de la empresa del agotamiento | Internamente reciclando, diseñando planes de ahorro de energía, agua potable y utilización de cero papeles para memorandos y comunicados internos. | Un año | Departamento de recursos humanos y bienestar social | Valor gastado en recursos públicos 2017 / valor gastado en recursos públicos 2018 | Comités de evaluación mensual |

| | | | | |
|--|--|---------|----------------------------|---|
| de los recursos naturales y contaminación ambiental. | Externamente campañas de ahorro de agua potable y no tala de árboles. | | | |
| Demostrar compromiso con la preservación del medio ambiente y generar una cultura ambiental. | Siembra de arboles | | | |
| | Implementar programas de educación ambiental que permitan preservar el entorno ecológico en cada una de las actividades que se realicen. | 3 meses | Recursos Físicos y humanos | Comunidad/Programas de educación ambiental. $85 \times 100 / 85 = 100\%$ |
| | | | | Semestral - Actas de capacitación y manejo de publicidad. |

Fuente: Elaboración propia

4.1. Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders)

Tabla 5. Plan de comunicaciones

| Plan de comunicaciones | | | |
|------------------------|--|------------|---|
| Dimensión | Stakeholders | Frecuencia | Medio |
| Económica | Usuarios | Mensual | Radial, perifoneo, avisos de corte escritos, citación escrita, acuerdos de pago escrito |
| | Contratistas | Constante | Clausula escrita en el contrato |
| | Proveedores de productos químicos, proveedores de materiales de ferretería, proveedores de suministro de papelería | Constante | Radial, Correo electrónico, carta de invitación escrita. |
| Social | Gerente, contador, control interno, asesor jurídico, técnico operativo, fontanero, personal asistencial | Mensual | Personal |
| | Medios de comunicación | Constante | Comunicados escritos y grabados |
| | Comunidad en general | Mensual | Presencial, radial, chapolas, perifoneo, tablero informativo. |
| Ambiental | Gobernación, contraloría, procuraduría, alcaldía municipal, superintendencia de servicios públicos | Mensual | Personal |
| | Juntas de acción comunal y asociaciones, otras empresas de servicios públicos, comunidad. en general | Trimestral | Presencial, radial, chapolas, perifoneo, tablero informativo, comunicado escrito. |

Fuente: Elaboración propia

4.2. Modelo de informe de gestión recomendado.

Mediante esta norma estructurada de un modelo europeo, se establecen los requisitos para integrar la estrategia de gestión de la responsabilidad social.

Esta norma describe que en la implementación de Plan de Responsabilidad Social Empresarial sean auditados todos los procesos. Esta circunstancia permitirá a Empresas Públicas de Garagoa S.A. E.S.P., conseguir una certificación en Gestión Ética. El hecho que se obtenga esta certificación se constituye en una garantía para la comunidad y muestra el compromiso de la empresa para el desarrollo de sus actividades.

Sus características son:

- ✓ Útil: plantea una estructura lógica y clara como abordar la RSE de manera integral en la organización, permite, por un lado, ordenar y poner en valor las distintas iniciativas internas puestas en marcha, por otro lado, establecer una hoja de ruta para mejorar el desempeño en RSE.
- ✓ Flexible: está diseñada para amoldarse a todo tipo de organizaciones y empresas.
- ✓ Compatible: la SGE 21 participa del enfoque de los sistemas de gestión tradicionales como calidad, medio ambiente o salud y seguridad, permitiendo auditorias conjuntas.
- ✓ Actualizada: la norma SGE 21 está alineada con las últimas tendencias en materia social, ambiental y de buen gobierno a nivel global de modo que garantiza a los usuarios de la norma su adecuación a los retos y oportunidades de la sostenibilidad.

La estructura de la Norma SGE 21 de la Fonética:

La norma se compone por seis capítulos, los cinco primeros explican los antecedentes y los aspectos generales del documento, y el capítulo seis el que desarrolla los requisitos de la norma.

Conclusiones

- La Responsabilidad Social Empresarial es una estrategia que debe ser adoptada por todas las organizaciones para que tengan lineamientos claros en el desarrollo de sus actividades empresariales.
- La responsabilidad Social Empresarial debe estar enfocada para buscar la reputación de cualquier organización, mediante acciones responsables en beneficio de todos los grupos involucrados en el desarrollo de sus actividades.
- Una empresa que promueva sus actividades con el desarrollo de valores está comprometida con acciones adecuadas en beneficio de toda la comunidad.
- Las empresas que adoptan Planes de Responsabilidad Social Empresarial, aumentan la confianza en sus socios estratégicos, empleados y comunidad en general.

Bibliografía

- Arroyo, R. (2012). *Habilidades gerenciales desarrollo y destrezas, competencias y actitud*, capítulo 2, 3 y 10. Editorial ECOE.
- Aramo, D. (2016). Una aproximación al marketing social. *Pensamiento & Gestión*. (pp. vii-xii).
- Alonso, V. (2006). *Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España*. (pp. 11-38).
- Arredondo, T., Villa, C. & De la Garza, G. (2014). Propuesta para el diseño de un código de ética empresarial basado en la ética kantiana.
- Braidot, N. (2014). *Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement (2a. ed.)*. (pp. 431-473).
- Braidot, N. (2014). Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones, capítulo 9. (pp.233-244). Editorial Ediciones Granica.
- Braidot, N. (2014). *Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement*. (pp. 28-35, 431-473).
- Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). *La administración pública de la responsabilidad social corporativa*. Capítulo 1. (p. 13-17)
- Carballo, R. (2005). *Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación*, capítulo 1. Ediciones Díaz de Santo.
- Corredor, C. (2013). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. ed.)*. (pp. 206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte.
- Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). *La administración pública de la responsabilidad social corporativa*. Capítulo 2.
- Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. (Pp.16-20).
- Dávila, L. (2017). *OVI – Còdigo de Conducta*. [Archivo de video].

De Paula, G., Ferraz, J. & Núñez, G. (2006). CEPAL. *Gobernabilidad corporativa, responsabilidad social y estrategias empresariales*. (p. 22-46).

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.

Dirección de Asuntos Económicos Multilaterales de DIRECON. *Instrumentos de Responsabilidad Social* (Santiago de Chile, 2013).

Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. P.36-42.

Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. [N.p.]: ECU.

Gutiérrez, E. (2010). *Competencias gerenciales, habilidades conocimiento aptitudes*, capítulo 2, 4, 6 y 7. Editorial ECOE.

Garzón-Ruiz, W., Acevedo-Guerrero, J. & Zárate-Rueda, R. (2014). *Estatus jurídico de la responsabilidad social empresarial (RSE) en Colombia*. *Dikaion*, 22(2).

Ibarra, A. (2014). *Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano*. *Revista de Derecho*, (41), (pp. 51-82).

Jarrín, G. (2015). *Habilidades gerenciales la gran industria de Quito*, capítulo 2. Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Lombana, J, G. S & otros. *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias* (2a. edición). (pp.206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte.

Malfitano, C. Arteaga, R. & Romano, S. (2007). *Neuromarketing: cerebrando negocios y servicios*, capítulo 9. (pp. 244-245).

Narrillos, R. (2013). *Economía social: valoración y medición de la inversión social: método SROI*. Madrid: Ecobook.

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014). *Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa*. Pág. 17-23, 30-31.

Prieto, J. (2012). *Gestión estratégica organizacional (4a. Edición)*. [N.p.]: Ecoe ediciones.

Palacios, F., García, D. & Espasandín, F. (2014). *Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión diagnóstico e impacto en la empresa*. (pp. 11-28). Madrid, ES: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.

Solano, L. (2008). *Fundamentación lógico-formal de la responsabilidad social corporativa*.

Schwalb, M., & García, I. (2013). *Dimensiones de la responsabilidad social del marketing*. *Utopia Y Praxis Latinoamericana*, 18(63), (pp. 434-456).

Triana, K. (2017). *OVI - Porter's Five forces*. [Archivo de video].

Vélez, M. (2011). *Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa*. (Spanish). *Revista Ciencias Estratégicas*, 19(25), 55.

Anexos

Enlace del video Marketing Corporativo.

Autor: (Edisson Alexander Roa), (2018, abril 15) título del video (video de contextualización sobre RSE vs Marketing). Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=2k_nichwd1Q&rel=0