

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LA EMPRESA
PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A.**

**CHAVES TORRES ASTRID TATIANA
LOPEZ TANIA CONSTANZA
NIÑO LAURA ANDREA
ROMERO PINZON YAMILE
TRIANA BUSTOS NUBIA ESPERANZA**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES, ECONOMICAS Y
DE NEGOCIOS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
MAYO 2018**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LA EMPRESA
PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A.**

GRUPO 101008_20

**CHAVES TORRES ASTRID TATIANA – Código. 32351504
LOPEZ TANIA CONSTANZA– Código. 52797311
NIÑO LAURA ANDREA – Código. 1 088 011 017
ROMERO PINZON YAMILE– Código. 52786605
TRIANA BUSTOS NUBIA ESPERANZA– Código. 52023559**

**FAIBER ALEXIS BENAVIDES
Tutor**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES, ECONOMICAS Y
DE NEGOCIOS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
MAYO 2018**

Tabla de contenido

Lista de tablas.....	5
Lista de Figuras	6
Resumen.....	7
Abstract	8
Introducción	9
1. Objetivos	11
1.1. General.....	11
1.2. Específicos	11
2. Empresa Promoinversiones Sagital S.A.....	12
2.1 Direccionamiento Estratégico.....	12
2.2 Formato de Evaluación del desempeño Promoinversiones Sagital S.A.	12
2.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial.....	13
3. Código de Conducta.....	13
3.1 Modelo Gerencial Seleccionado Promoinversiones Sagital S.A.	13
3.2 Guía e Iniciativa Mundial Aplicada para la Construcción del Código de Conducta.	15
3.4 Contenido Código De Conducta Empresa Promoinversiones Sagital S.A.....	25
3.5 Recursos Financieros y Decisiones de Inversión Objeto De Un Código De Conducta.....	35
4. Stakeholders	37
4.1 Breve descripción de los Stakeholders.	37
4.2 Mapa genérico Promoinversiones Sagital S.A.....	38
4.3. Matriz de Influencia empresa	40
5. Propuesta Plan de responsabilidad social empresarial Promoinversiones Sagital S.A.	42

5.1	Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders).....	47
5.2	Modelo de informe de gestión recomendado.....	48
6.	Conclusiones.	49
7.	Referencias.....	50
8.	Anexos.....	52

Lista de tablas

Tabla 1 Formato evaluación de impacto empresa Promoinversiones Sagital S.A.	12
Tabla 2 Presupuesto recursos financieros departamento de recursos humanos	35
Tabla 3 Presupuesto recursos de materiales	36
Tabla 4 Presupuesto recursos técnicos	36
Tabla 5 Presupuesto otros recursos	37
Tabla 6 Plan de responsabilidad social empresarial Promoinversiones Sagital S.A.	42
Tabla 7 Plan de comunicaciones	47

Lista de Figuras

Figure 1 Cadena de valores	16
Figure 2 Mapa Genérico	38
Figure 3 Matriz de Influencias	41

Resumen

Este trabajo se enfoca en la responsabilidad social de la empresa Promoinversiones Sagital S.A. una de las apuestas actuales con perspectivas de sostenibilidad en el futuro ya que el aporte consciente y voluntario hacia su entorno en el que se desempeñe, se promueve su desarrollo social, económico y ambiental.

Existe una gran preocupación de cómo se gestionan los recursos de la empresa en estudio, así como el de la conducta y desempeño de los directivos y empleados y de cómo se gestionarán en el futuro, así mismo, se generará su código de conducta, acentuándose esto debido a la situación de crisis que opera en la actualidad. Es por eso el estudio de este enfoque que está cogiendo fuerza, dando un valor estratégico a la responsabilidad social de forma que esté alineada y en consonancia con la estrategia de la empresa. Los planteamientos de la Responsabilidad Social en la empresa en estudio se caracterizarán por incorporar en su gestión un conjunto de directrices que abarquen de forma equilibrada y que tengan resultados positivos frente a los stakeholders.

Palabras Clave: responsabilidad social, código de conducta, marketing social y corporativo, stakeholders.

Abstract

This assignment is focused on implementing a social responsibility plan to the company Promoinversiones Sagital S.A. where the current bets are being placed towards sustainability and participation that promotes social, economic, and environmental development.

Moreover we are currently facing numerous concerns on how we manage our resources when conducting analysis or studies. As well the behavior, actions taken and performance from the executives and employees have led to the creation for a code of conduct that helps reduce high risk operations.

Therefore this investigation approaches valuable strategies to introduce social responsibility making sure that everyone is aligned and in agreement with the new company structure. Also the research done during the last month will be characterized for incorporating a set of guidelines embrace equality and positive results with the company's stakeholders.

Key Words: social responsibility, code of conduct, social marketing, corporate and stakeholders.

Introducción

En la actualidad la responsabilidad social empresarial es un concepto básico que toda empresa debería tener para su desarrollo y permanencia en el mercado, se basa en el compromiso de la misma para con la sociedad, es decir, no solo prestar o vender un producto o servicio es suficiente; por supuesto que la empresa es creada para esa finalidad, sin embargo, ahora debe ir acompañada de una especie de remuneración hacia la sociedad generando un aporte al desarrollo humano integral, crecimiento económico, desarrollo social y equilibrio ambiental. Por tal motivo, en el presente trabajo y basados en el diplomado en curso, los estudiantes aplican los conocimientos vistos y a partir de la selección de una empresa del sector le desarrollan una propuesta de responsabilidad social empresarial.

Se selecciona a Promoinversiones Sagital S.A. quien se dedica a inversiones en diferentes sectores de la economía generando un lucro para sus accionistas; en la actualidad no cuenta con un plan de responsabilidad social empresarial lo cual genera una buena oportunidad para que los estudiantes puedan aplicar las temáticas tratadas en el diplomado aplicándolos de una manera práctica, se plasma el direccionamiento estratégico de la empresa, se evalúa su estado actual, argumentando el por qué se considera a Promoinversiones Sagital S.A una excelente opción para la implementación del plan de responsabilidad empresarial.

Posteriormente se plantea el código de conducta a partir de un modelo gerencial, en donde se pretende mostrar a la empresa y sus colaboradores la forma de hacer las cosas basados en unas políticas y lineamientos que establecen valores y responsabilidades éticas en una organización, la importancia de la existencia e implementación del código para de la empresa, los recursos e inversión del mismo, mitigando quizás así, la inversión, por los aportes y resultados que este genera para la empresa.

También se observa por medio de un video como se puede aplicar el marketing social y corporativo en la empresa brindando oportunidad a los diferentes miembros de la compañía a conocer o entender mejor, las diferentes estrategias que la empresa implementa para lograr de sus objetivos.

Se reconoce la teoría de los Stakeholders y cómo aplicarlo dentro de Promoinversiones Sagital S.A., permitiendo comprender los diferentes actores de la empresa, el impacto e influencia que causa, tanto, externa e internamente sacando el mayor valor posible de todas las partes interesadas para lograr la implementación del Plan de RSE.

1. Objetivos

1.1. General

Elaborar un plan de responsabilidad social empresarial para la empresa Promoinversiones Sagital S.A. basados en los impactos económicos, sociales y ambientales que la empresa genera a la sociedad.

1.2. Específicos

- Reconocer conceptos básicos y herramientas sobre responsabilidad social.
- Identificar las estrategias que conlleven al desarrollo del plan empresarial.
- Diseñar el código de conducta para la empresa Promoinversiones Sagital S.A.
- Analizar los Stakeholders y sus actores para la empresa Promoinversiones Sagital S.A.

2. Empresa Promoinversiones Sagital S.A.

2.1 Direccionamiento Estratégico

Promoinversiones Sagital S.A., es una empresa que lleva 20 años en su actividad principal que está enfocada en las inversiones en General, su portafolio de inversiones se divide en Palma, Proyectos de Construcción, y créditos a accionistas. Se encuentra radicada en la ciudad de Bogotá.

Misión: Promover y llevar a cabo operaciones e inversiones lucrativas en empresas comerciales e industriales.

Visión: Posicionarse como una compañía sólida que promueve e invierte en proyectos novedosos y rentables.

Valores: Con armonía las cosas pequeñas crecen, es el slogan de esta compañía, que nació con el propósito de juntar fuerzas para hacer país.

Sagital cuenta con 116 accionistas, donde el apoyo y la unidad son la bandera para poder apalancar nuevas inversiones.

2.2 Formato de Evaluación del desempeño Promoinversiones Sagital S.A.

Tabla 1 Formato evaluación de impacto empresa Promoinversiones Sagital S.A.

	Problema	Impacto	Prioridad Atención (alta, media, baja)
Económico	Interno: Fuerte inversión en proyectos que no han generado la utilidad esperada Externo: Dificultad para encontrar proyectos que generen una rentabilidad más estable.	Negativo	Alta
Social:	Interno: No se evidencian problemas	Negativo	Media

relevantes al interior de la compañía

Externo: Falta de visibilidad de la compañía.

Ambiental:

Interno: No se presentan problemáticas en este campo.

Bajo

Externo: No se presentan problemáticas en este campo.

Fuente: Elaboración propia

2.3 **Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial**

Promoinversiones Sagital S.A. es una excelente oportunidad para desarrollar un plan de responsabilidad social empresarial ya que inicialmente la empresa no lo tiene, dos es una compañía que entre sus accionistas tiene varias compañías, y personas naturales las cuales son empresarias, si podemos ejecutar un plan de responsabilidad social para esta compañía podemos impactar de diferentes formas ya que podemos por medio de sagital multiplicar la importancia del desarrollo y ejecución de un plan de responsabilidad social.

3. **Código de Conducta**

3.1 **Modelo Gerencial Seleccionado Promoinversiones Sagital S.A.**

Actualmente la sociedad se encuentra sumergida en un mercado sobresaturado debido a que los individuos participan más en los procesos empresariales. De ese modo, los movimientos que se realizan en una empresa se guían hacia reformas legislativas encaminadas a sancionar aquellos comportamientos que no se ajustan. No obstante, cualquier programa o código que se elabore debe reafirmar una cultura corporativa promoviendo un ambiente laboral integral.

De acuerdo con estos elementos a analizar en la empresa PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A se puede afirmar que el mejor modelo gerencial para la construcción del código de conducta

es el Modelo Racional de Kepner y Tregoe. Este modelo de toma de decisiones fue creado por Charles H. Kepner y Benjamín B. Tregoe, donde se invita a analizar de una forma estructurada el impacto de las decisiones, ya que no se pueden basar únicamente en la intuición cuando se trata inversiones hacia múltiples proyectos. En este sentido, la idea principal no es obtener una solución perfecta sino lograr resultados óptimos con mínimas consecuencias negativas a largo plazo. (García Ahumada, 2018).

Como resultado la metodología del modelo Kepner y Tregoe utiliza cuatro pasos a considerar:

Evaluación de la situación: En una empresa que recibe múltiples propuestas para iniciar negocios es fundamental el análisis de las necesidades internas y externas en el mercado donde se va a desarrollar las actividades.

Análisis de Problemas: Enfoque principal en encontrar la raíz y las causas que están generando comportamientos inesperados con el objetivo de proveer una solución efectiva.

Análisis de Decisión: Al recopilar todos los datos se procede a dialogar con el grupo colectivo para seleccionar una decisión entre un conjunto de alternativas posibles y adaptables con optimizar los sectores económicos, sociales, ambientales y tecnológicos.

Análisis de Problemas Potenciales: Realizar una secuencia lógica donde se proyecte las probabilidades sobre nuevos problemas que pueden surgir durante el desarrollo. De esa forma se puede determinar nuevas estrategias que ayuden a mejorar el plan correctivo.

3.2 **Guía e Iniciativa Mundial Aplicada para la Construcción del Código de Conducta**

En los últimos años se ha visualizado un incremento de fraudes al realizar actividades empresariales o interacción con los clientes, como el caso de las tarjetas “negras” de la Caja Madrid ahora llama Bankia o el escándalo de la empresa Volkswagen. Estos mismos casos han generado múltiples retos y riesgos que paulatinamente va aumentando los costos anuales, debido a que la legislación y la misma sociedad demandan de las empresas una operación enmarcada en comportamientos éticos y transparentes, con el fin de cuidar la imagen y la reputación.

Ante esta realidad es clave la elaboración de un Código de Conducta que se considera como instrumento para expresar los valores, principios y normas éticas. Por ejemplo, para empresas multinacionales como Nestlé, y 3M, se trabajan varias expectativas donde los supervisores y gerentes marcan los caminos de sus equipos a través de prácticas como:

- Demostrar ejemplo firme sobre conducta ética.
- Proporcionar capacitaciones y recursos para lograr efectividad en el cumplimiento del código.
- Evitar las represalias, alentando a los empleados para dialogar cuando tengan preguntas o inquietudes.
- Aplicar medidas disciplinarias a las conductas inapropiadas y recompensar los buenos comportamientos.
- Promover la integridad, honestidad, compromiso, responsabilidad social con los colaboradores, comunidad y medio ambiente.

En este orden de ideas la guía para elaborar el código de conducta de nuestra empresa PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A tiene como propósito:

- Contextualizar a los lectores sobre las diferentes prácticas cuando se analiza proyectos de inversión, mientras se respetan los derechos humanos y con un sentido compromiso comunitario.
- Sensibilizar a los lectores sobre la importancia de una buena dirección para el cumplimiento de las leyes, normas y regulaciones, cuando se administra información confidencial o privilegiada.
- Indicar los beneficios que le brindará a los diferentes directivos, comunidad empresarial y local, servidores públicos, y proveedores incorporar un código de ética optimizado para tomar decisiones efectivas.
- Definir contenidos mínimos y simplificados para integrar el código de ética con el modelo gerencial.

Con lo anterior se logrará proteger el entorno porque el futuro dependerá en lo que se realiza en el día de hoy y las comunidades en las que se trabajan garantizando impactos positivos y un bienestar social siguiendo la cadena de ética:

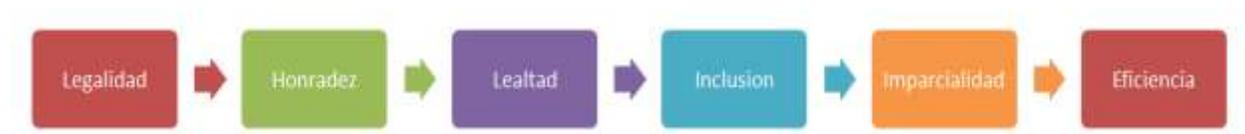


Figure 1 Cadena de valores

Fuente: Elaboración propia

3.3 Código De Conducta Promoinversiones Sagital S.A.

Informe Previo A La Elaboración Del Código De Ética y/o Conducta

Decisión de la alta dirección:

Por medio del Acta de Junta directiva No. 104, se decide realizar código de ética y o conducta para la compañía PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A.

¿A quién aplica?

Dirigido a los 116 accionistas que conforman la compañía, a su junta directiva, empleados directos e indirectos que hacen parte del equipo administrativo de la compañía.

Conformación del equipo

Gerente de la Compañía, Dos miembros de la Junta Directiva, Dos miembros del equipo que está realizando el código de ética/conducta.

Instancias de sensibilización y participación

Para poder realizar el proceso de sensibilización y definir el código conducta de la compañía PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A, es necesario remitirse a la misión, la visión y los valores corporativos de la empresa como base y sustento del trabajo. Por esta razón, veremos estos esenciales elementos:

Misión

PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A, es una compañía de inversiones multivariada en segmentos específicos de negocio. Las principales inversiones de SAGITAL corresponden a inversiones en el negocio de la Palma, inversiones en construcción e inversiones crediticias. Gracias al compromiso de sus empleados y al manejo ético de los recursos, la empresa proporciona seguridad y confianza a sus clientes, accionistas y colaboradores, apoyando el desarrollo de la sociedad.

Visión

PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A, promoverá y llevará a cabo operaciones lucrativas en empresas comerciales e industriales, convirtiéndose en la empresa de referencia en el sector de las inversiones.

Valores Corporativos

PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A, define su perfil de acuerdo con los siguientes valores: Responsabilidad, Honestidad, Ética, Compromiso, Respeto, Lealtad, Trabajo en equipo y Superación.

Recopilación de insumos y redacción provisoria

En esta etapa, se refiere a la redacción del código de conducta como tal. Dado lo anterior, la empresa direcciona sus responsabilidades y compromisos de acuerdo con las siguientes instancias o focos de análisis, los cuales son: Accionistas, Clientes, Colaboradores y proveedores, responsabilidad con el planeta y responsabilidad social empresarial.

Responsabilidades con nuestros Accionistas

PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A, trabajará para proteger e incrementar las inversiones de sus accionistas, enmarcado en los principios éticos, de honra y buen nombre, cumpliendo a cabalidad la legislación local vigente.

- **Transparencia en estados financieros.** La transparencia e integridad en todos los estados financieros requeridos por la ley es la base del correcto engranaje y filosofía de los negocios de la compañía. Toda la información financiera y tributaria estará firmemente soportada y al día. Todo empleado de la compañía sin importar a qué área pertenezca, debe reportar en los formatos establecidos cualquier gasto que por causa de la empresa deba realizar.
- **Prevención de fraude.** El hurto o el fraude que pueda cometer cualquier persona con vínculos con la compañía en la que se involucre el nombre de la misma, tiene un altísimo costo reputacional y de marca que afecta directamente y de forma negativa a la empresa. El hurto en cualquiera de sus formas, directo (o simple intento del mismo) sobre dineros u otro tipo de recursos, como también el engaño en el que se incluye la alteración o manipulación de documentación con el objetivo acceder de manera ilegal a un recurso determinado, constituye una falta grave y estará sujeto al despido y a la respectiva acción judicial a la que haya lugar.
- **Conflictos de Interés.** Basados en los valores fundamentales de la honestidad y la lealtad, velaremos por los intereses de la compañía, evitando conflicto de intereses, los cuales se

pueden dar cuando las actividades y/o las relaciones personales chocan con las decisiones o con el actuar de la empresa. Por esta razón todos los colaboradores y proveedores de la empresa estarán en la obligación de reportar al Área de Cumplimiento toda relación o actividad que pueda generar interferencia entre los intereses personales y los intereses de la empresa.

- **Uso correcto de información privilegiada.** En aras de la leal competencia y del cumplimiento ético de la reglamentación local, ni los accionistas ni los colaboradores de la compañía podrán usar ni divulgar información especial y no disponible para el público en general, a la que puedan tener acceso, hasta tanto no sea autorizada su divulgación por una autoridad gubernamental u oficial.
- **Uso de recursos informáticos y tecnológicos.** Los recursos tecnológicos y de acceso a la información son un bien muypreciado para cualquier compañía. La empresa cumple satisfactoriamente con los requerimientos legales y empresariales acerca de la protección tecnológica de la información y de los recursos. Todos los miembros del equipo cuentan con modernas instalaciones, equipos y suministros para el correcto desempeño de sus labores, con todas las garantías para la protección de la información, así como el acceso a Internet, Intranet y el software debidamente licenciado para cada una de las tareas asignadas.
- **Ciclo de Vida de la información y manejo de la información confidencial.** La información constituye uno de los activos más importantes de la empresa, El correcto uso de la información puede definir fácilmente el destino de toda compañía, en nuestro caso,

debemos verificar siempre si estamos compartiendo la información con las personas indicadas y si la información que estamos otorgando es más de la que otras personas puedan necesitar, inclusive de la misma compañía.

La propiedad intelectual, así como los secretos comerciales son llamados información confidencial o información sensible y es el valor agregado de la compañía, lo que la diferencia de las demás, por esta razón debe estar salvaguardada de una manera segura y debe estar encriptada. La información sensible en malas manos puede ir en detrimento del bienestar de PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A.

- **Política de obsequios.** De acuerdo con la filosofía de la empresa y al correcto obrar que tiene la compañía PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A, está encaminada a obtener buenos negocios jugando limpio, por lo cual no ofrece dádivas ni obsequios para que le sea otorgada una licitación o una negociación. Por lo tanto, la empresa cumple a cabalidad la norma legal en lo referente a dar o recibir obsequios.

Responsabilidades con nuestros clientes

Los clientes son la razón de ser de la compañía, Su bienestar, tranquilidad y confianza son la principal responsabilidad de PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A, como empresa, de tal forma que se forje una relación Gana-Gana en la que la compañía ofrezca un servicio de calidad y obtenga una contraprestación justa.

- **Ofrecer una promesa básica de servicio.** La empresa se compromete a ofrecer una promesa de servicio de calidad y justa de acuerdo con el servicio de inversión que se promocióne.
- **Proporcionar servicios de inversión de alta calidad.** Todos los servicios de inversión que ofrecerá la empresa serán diseñados por equipos de expertos con el fin de entregar alta calidad a sus clientes.
- **Proteger la información de los clientes.** Derivado de la calidad ofrecida y acorde con los valores institucionales la compañía se compromete a salvaguardar la información de sus clientes sin importar si son personas naturales y jurídicas. Para ello cuenta con los recursos tecnológicos y de almacenamiento de información.
- **Trato cálido y amable a nuestros clientes.** La compañía se destaca por el talento humano con que cuenta, la calidad humana de sus colaboradores permite a PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A dar un trato personalizado, cordial y cálido, ofreciendo confianza y bienestar a sus clientes.

Responsabilidades con nuestros colaboradores y proveedores

PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A, se preocupa porque sus colaboradores se comprometan y compartan los objetivos de la compañía, haciéndolos parte de ellos, permitiéndoles desplegar toda su creatividad, conocimientos y profesionalismo. La compañía les ofrece un ambiente laboral amable en el que se respeta la diversidad multicultural en el que equipos interdisciplinarios trabajan mancomunadamente buscando el bienestar de todos.

- **Preocupación por la persona íntegra.** La compañía se preocupa por el bienestar físico y psicológico de cada uno de sus colaboradores, por lo tanto, hace campañas de salud ocupacional con el objetivo de verificar el estado de todos, haciéndolos sentir importantes y claves en el funcionamiento del equipo.
- **Diversidad e igualdad de oportunidades.** La compañía está comprometida con el principio de la igualdad e inclusión, lo que quiere decir que las personas pueden crecer dentro de la empresa en un ambiente de respeto y donde se premie el mérito, donde haya inclusión y respeto por la diversidad.
- **Remuneración justa.** La empresa cumple de manera satisfactoria con toda la reglamentación vigente en cuanto a remuneración y beneficios, con unas condiciones laborales excelentes. Nuestro equipo de colaboradores merece una buena remuneración dado el compromiso mostrado para lograr los objetivos institucionales.
- **Acoso laboral.** PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A respeta la dignidad de todas las personas, especialmente lo que las hace diferentes y únicas, tales como su raza, credo, nacionalidad, género, orientación sexual, política o nivel de escolaridad. Como empresa tenemos la obligación Prevenir que los empleados sufran cualquier manifestación de acoso laboral, conducta reprochable o intimidación, ya sea física o verbal (inclusive la escrita). Las relaciones en la compañía deben ser enmarcadas en el respeto y en una buena comunicación.
- **Clima Organizacional.** Estamos comprometidos con el bienestar de nuestros colaboradores, de tal forma que nuestros beneficios y mecanismos de integración, proporcionen bienestar y

espacios de camaradería tanto para el empleado como en algunas ocasiones para su familia, generando calidad de vida y un buen ambiente laboral que le permita al empleado sentirse a gusto y rendir en el trabajo de una mejor forma.

- **Salud y seguridad en el lugar de trabajo.** La empresa se preocupa por estar a la vanguardia en los temas relacionados con la seguridad y salud laboral. Se promueven y generan ambientes seguros de trabajo, por ejemplo, ergonomía y seguridad industrial, planes de evacuación y revisiones periódicas de los equipos de emergencia.

Responsabilidades con el planeta

PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A, está comprometido con el óptimo manejo de recursos y desechos con el objetivo de no generar contaminación, ya sea auditiva, física, química o visual. Por ello cuenta con las herramientas necesarias para cumplir esta tarea. La empresa tiene su propio sistema de reciclaje en la que se separan los desechos de acuerdo con su material y a si son o no reciclables, de esta forma mitigamos el impacto ambiental en nuestro negocio.

Responsabilidades con la sociedad (responsabilidad social empresarial)

PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A, colabora de varias formas con las sociedades más vulnerables de la ciudad en que ejerce. La empresa colabora activamente con el proyecto “Bancos en Acción” a través del cual ofrece capacitación en manejo de finanzas personales en los colegios públicos de algunas de las localidades de la ciudad. De la misma forma apoya con víveres el comedor comunitario del barrio Sierra Morena del sur de la capital. Adicionalmente en el mes de diciembre, y con el apoyo de sus empleados recauda regalos y juguetes para entregarlos a algunos de los jardines del ICBF.

➤ **Consultas multisectoriales**

Una vez hecho el borrador del código de conducta o de ética de la empresa PROMOINVERSIONES SAGITAL S.A, se hará una ronda de consultas con los miembros del equipo para recoger aportes, correcciones y sugerencias antes de realizar una redacción final a la misma.

➤ **Consulta a peritos**

Cuando ya se cuente con un borrador con las respectivas correcciones y sugerencias de los demás miembros del equipo, será revisado por algún miembro que tenga la facultad y coherencia de aprobar y avaluar las definiciones que se encuentren en el listado en el código de conducta.

3.4 **Contenido Código De Conducta Empresa Promoinversiones Sagital S.A**

➤ **Introducción**

Dentro de Promoinversiones Sagital S.A, nuestro activo principal es nuestra gente; entonces, para que todos podamos dar lo mejor de nosotros mismos y brindar el servicio que los clientes de las firmas miembro esperan y requieren de nosotros, promovemos un ambiente y una cultura que apoyen, desafíen y desarrollen a nuestra gente. El Código de Conducta Global de Promoinversiones Sagital S.A. es un resumen del entorno y la cultura de Promoinversiones Sagital S.A., y los numerosos factores que se entrelazan para fomentarlo en toda la red de Promoinversiones Sagital S.A.

El Código de Conducta Global está destinado a ser utilizado:

- Por nuestros equipos de liderazgo y administración, para ayudarlos a garantizar que las decisiones que toman, los modelos que representan y las expectativas que tienen de sus colegas toman en cuenta tanto sus responsabilidades como los valores de las empresas.
- Por nuevos y potenciales empleados como guía para la empresa que tienen o están considerando unirse.
- Por nuestros clientes, proveedores y contactos, ya que buscan comprender la naturaleza de la organización con la que están tratando.
- Lo más importante, por toda nuestra gente, reconocer lo que se espera de ellos y las responsabilidades que recaen sobre cada uno de ellos para garantizar que todos nos apeguemos a los Valores, en beneficio mutuo, las firmas de los miembros de Promoinversiones Sagital S.A., los clientes de nuestras firmas miembro y las comunidades más amplias en las que operamos.

➤ **Confidencialidad empresarial**

Innovación: En empresas donde la invención y la innovación son la base del éxito, la confidencialidad de los empleados es fundamental para el alma de la organización. En consecuencia, estas empresas la confidencialidad del desarrollo y la innovación son requisito del código de conducta y podrá ser legal y vinculante en los contratos.

Propiedad intelectual: nuestro "capital intelectual" (las habilidades, el conocimiento y la experiencia de nuestros socios y empleados) y los "activos intelectuales" (derechos de autor, patentes y marcas comerciales), conocidos colectivamente como "propiedad intelectual" de

Promoinversiones Sagital S.A, impulsan nuestro éxito en el mercado. Nos comprometemos a utilizar y proteger nuestra propiedad intelectual para mejorar la confianza de nuestros clientes y la competitividad de nuestra empresa. Debe utilizar la propiedad intelectual de la empresa de forma cuidadosa y responsable, y respetar la propiedad intelectual de los clientes y otras personas en una relación comercial con Promoinversiones Sagital S.A.

➤ **Independencia y Conflicto de interés**

Estamos dedicados a seguir los estándares de independencia personal y profesional. Debe evitar conflictos de interés reales o percibidos, que pueden surgir de inversiones personales, relaciones financieras o comerciales, empleo de miembros de la familia u otras relaciones laborales.

Evitar conflictos de interés depende primero de uno mismo:

- Comprenda y cumpla con sus obligaciones como "Miembro de la empresa" o "Persona".
- Revise sus inversiones, préstamos y otras relaciones comerciales con regularidad para garantizar el cumplimiento.
- Revisar la lista de entidades restringidas antes de entrar en una nueva relación comercial o financiera.
- Informar las posibles violaciones de independencia con prontitud.

➤ **Conducta Interna**

Todos los empleados de Promoinversiones Sagital S.A., deben cumplir cabalmente con los procedimientos y normas que se estipulen al interior de la compañía. Sagital se compromete a que la normatividad interna de la compañía sea del conocimiento de sus empleados, usando los medios necesarios para que estos la conozcan y comprendan.

➤ **Favores comerciales**

Queda terminante prohibido ofrecer o recibir sobornos, comisiones o cualquier tipo de pago inapropiado, con el propósito de influenciar acciones que estén involucradas con el funcionamiento de la compañía.

➤ **Contravenciones**

El incumplimiento parcial o total del presente Código de Conducta, ocasionara sanciones laborales y legales, que podrán incluir la terminación del contrato por justa causa y el inicio de un proceso jurídico dependiendo de la falta ocasionada.

➤ **Negociaciones**

Toda negociación debe realizarse bajo los parámetros y lineamientos de la compañía. No se permite dadas u otro tipo de ofrecimientos en dinero o especie para el cierre de una negociación así este genere un alto beneficio a la compañía.

La empresa como prevención y aporte a la lucha en contra de los lavados de activos verifica y da fe que los dineros u aportes de los accionistas no provienen de negocios ilícitos y ni tampoco estos dineros son invertidos en empresas que tengan actividades delictivas.

Las negociaciones entre la empresa y los inversionistas deben basarse en la innovación e incentivar y lucrar proyectos comerciales e industriales basados en el compromiso y la responsabilidad.

Las empresas en las que se generan las inversiones deben estar legalmente constituidas y cumplir todos los requisitos de ley tanto para su funcionamiento como en pro de beneficios para los empleados.

➤ **Uso de la información de la empresa**

La información o bases de datos de los inversionistas es confidencial y de manejo exclusivo de la empresa para sus relaciones comerciales, se prohíbe la promulgación y uso o de la misma tanto para fines personales como laborales.

Los inversionistas encontraran en Sagital una empresa seria e integra en el uso de la información suministrada.

➤ **Comunicaciones estratégicas**

Para la promulgación del Código de Ética se utilizarán los siguientes medios:

Reunión o Asambleas General: Socios y Accionistas

Correo Electrónico: Empleados

Folleto Editado: Personal Externo miembros de las empresas con las que se generan relaciones comerciales.

➤ **Cultura, social y religión**

Cultura

En Sagital centramos nuestro actuar en la cultura encaminada a un ambiente laboral integro, reflejando los valores y principios éticos de la empresa tanto en nuestro actuar diario como fuera

de las instalaciones de la compañía, permitiendo que cada miembro promueva los valores en su vida personal y ante la sociedad.

Como no queremos obtener una solución perfecta ante las adversidades, sino que a través de las herramientas y recursos de la empresa se generen resultados óptimos con un mínimo de errores, de esta manera pretendemos construir la cultura organizacional de la empresa apoyando a cada uno de los miembros de la compañía en la exploración de sus ideas y acompañamiento continuo para la optimización de sus capacidades.

Social

La empresa permite la libre expresión y desarrollo de las personas, todo dentro de un marco de legalidad, principios morales y valores corporativos de la compañía, apoya las festividades nacionales y culturales dedicando e invirtiendo tanto tiempo y dinero para el desarrollo de las mismas. Esto sin afectar las actividades y cumplimiento de los objetivos misionales de la compañía.

Religión

La empresa respeta la ideología política y religiosa de cada miembro de la organización, sin embargo, está prohibida la insinuación, manifestación y promulgación hacia los otros miembros de la compañía.

No se debe utilizar las instalaciones de la compañía para realizar alguna actividad que promueva e incentive prácticas políticas o religiosas que beneficien los intereses propios de cada persona.

➤ Glosario

El equipo para lograr efectos positivos donde los lectores comprendan aspectos claves presentados por la guía del código de conducta, se establecerá un glosario que incluya el significado empleadas en el texto. (Sage Group, 2018)

Accionista: Dueño de una o varias acciones en una compañía comercial, industrial o de otra índole.

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=DgIqVCc>

Análisis: Distinción y separación de las partes de algo para conocer su composición.

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=2Vga9Gy>

Ética profesional: Conjunto de normas morales que rigen la conducta de la persona en cualquier ámbito de la vida.

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=H3y8IjjH3yay0R>

Confidencial: Que se hace o se dice en la confianza de que se mantendrá la reserva de lo hecho o lo dicho. Información confidencial.

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=AFGgKxB>

Fraude: Delito que comete el encargado de vigilar la ejecución de contratos públicos, o de algunos privados, confabulándose con la representación de los intereses opuestos.

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=IQS313i>

Fondo de inversión: fondo que agrupa los capitales destinados a la inversión de una pluralidad de personas.

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=IBiSV3w>

Gerenciar: Gestionar o administrar algo.

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=J8qqWIF>

Negociación: negociación que llevan a cabo los sindicatos de trabajadores y los empresarios para la determinación de las condiciones de trabajo y que, normalmente, desemboca en un convenio colectivo.

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=QMI8pcc>

Normativo: Conjunto de normas aplicables a una determinada materia o actividad.

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=QcpSlwx>

Operación: Negociación o contrato sobre valores o mercaderías. Operación de bolsa, de descuento.

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=WCqQQIf>

➤ **Marco Normativo**

Información General De La Empresa

ICI: 1700013468000000

Nit: 8300358434

D-U-N-S®: 880291455

Matrícula Mercantil: 820896-04

Razón Social: PROMOINVERSIONES SAGITAL S A

Denominación Comercial: SAGITAL S A

Dirección Actual: CARRERA 9 94 A 32 OF 208, BOGOTA

Domicilio anterior: CARRERA 15 88 64 OF 506, BOGOTA

Teléfono: (1)7552704

Fax: (1)7552705

Correo electrónico: yromerop@sagital-sa.com

Código Forma Jurídica: SA

Forma Jurídica: SOCIEDAD ANONIMA

Fecha Constitución: 11/07/1997

Fecha Inicio Actividad: 11/07/1997

Fecha Vigencia: 11/07/2047

Cámara Registro Inicial: C.C. BOGOTA

Cámara Registro Actual: C.C. BOGOTA

Capital Social: 8.643.196.000,00 PESO COLOMBIANO

Capital desembolsado: 8.643.196.000,00 PESO COLOMBIANO

Actividad CIU:

K6499 - OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIO FINANCIERO EXCEPTO LAS DE SEGUROS Y PENSIONES N C P

Código Actividad: 6499

Cotiza en Bolsa: No

Fecha de Estado: 29/03/2003

Estatutos

1. Constitución Política de los Estados Unidos Colombiana
(Constitución de los derechos humanos 1991 con reforma de 1997)
2. Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos
(Ley 909 de 2004 Nivel Nacional)
3. Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
(Ley No. 1712 DE 2014)
4. Decreto 235 de 2010, por el cual se regula el intercambio de información entre entidades para el cumplimiento de funciones públicas.
5. Regulación Colombiana Fuga de Información Confidencial.
(Decisión N° 486 que establece el Régimen Común).
6. Código de ética - Ministerio de Salud y Protección Social que está orientado hacia la implementación y formación de valores de acuerdo con la vocación del servicio. (La Ley 1444 del 4 de mayo de 2011 en su artículo 9).

La empresa Promoinversiones Sagital S A además de aplicar las leyes, regulaciones, acuerdos y guías se considera como una sociedad de cartera, también referida a una sociedad inversionista, donde grupos económicos emprenden sin configurar el control societario en los términos del

artículo 26 de la Ley 222 de 1995. En este sentido es importante manejar un código de conducta que respete y prevenga fugas de información que se pueden generar mediante memorias USB, Videos, fotos, y grabaciones de voz. Con esa finalidad las leyes constitucionales permiten utilizar softwares para instalar en los computadores alertando a la administración y trabajadores.

3.5 Recursos Financieros y Decisiones de Inversión Objeto De Un Código De Conducta

En varias ocasiones la información que refleja una nueva propuesta para Código de Conducta se desprende una pre-inversión. De ese modo se puede mitigar el riesgo cuando se tomen decisiones al seleccionar que iniciativas empresariales tendrá un impacto positivo al ejecutarse.

Por tal razón este estudio presentara la rentabilidad del proyecto, pertinencia y oportunidades.

Tabla 2 Presupuesto recursos financieros departamento de recursos humanos

No.	Actividad	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Sub Total
1	Supervisor	Personal Administrativo	1	\$1,500, 000	\$1,500, 000
2	Coordinador	Asegura que el trabajo de otras personas y los medios se utilizan para una acción común.	1	\$1,000,000	\$1,000,000
3	Equipo de trabajo	Un grupo de personas organizadas para lograr una meta	3	\$781.242 pesos por persona	\$2,343,726 pesos
4	Secretario	Consolida los documentos que integran los aportes recopilados durante las investigaciones y las decisiones tomadas al final.	1	\$781.242 pesos	\$781.242 pesos
5	Voluntarios	Trabajo de las personas que sirven a una comunidad.	2	Estudiantes	

realizando horas de alfabetización 2 horas por día/80 horas total

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3 Presupuesto recursos de materiales

No.	Actividad	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Sub Total
1	Papelería	Código Final	1 paquete	\$19,000	\$19,000
2	Tablero	Espacio para planear las actividades y apuntar información específica	1 tablero	\$70,000	\$70,000
3	Marcadores	Material que permite visualizar la información que los grupos manejan.	8 marcadores	\$8,000 pesos el paquete	\$8,000 pesos el paquete

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4 Presupuesto recursos técnicos

No.	Actividad	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Sub Total
1	Equipos Informáticos	Sistema que permite almacenar y procesar información	5	\$190,000 pesos	\$950,000 pesos
2	Diseño Web/Redes Sociales	Planificación, diseño, implementación y mantenimiento	1	Gratis	Gratis
3	Softwares de graficas	Conjunto de aplicaciones que permiten la creación y manipulación de gráficos	1	Gratis	Gratis
4	Correo Electrónicos	Servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir notificaciones	8 principales	Gratis	Gratis

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5 Presupuesto otros recursos

No.	Actividad	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Sub Total
1	Talleres/Capacitaciones	Es toda actividad realizada en una empresa para mejorar la actitud, conocimiento y habilidades	1 cada año	Un día en 360 representa menos de 0,5%	Se invierte entre 4% y 5% del total del costo laboral

Fuente: Elaboración propia

Como resultado contar con recursos financieros oportunos y relevantes permitirán que la empresa construya una base resistente para tomar decisiones efectivas. De esa misma forma se podrá avanzar en el lanzamiento del Código de Conducta logrando un mejoramiento en la estructura organizacional y las operaciones realizadas.

No obstante, estos recursos financieros tendrán una duración de 6 meses, luego se revisará de nuevo el capital para realizar nuevas inversiones en cuanto a la cantidad y tipo de material que se necesitará.

4. Stakeholders

4.1 Breve descripción de los Stakeholders.

Diversos actores pueden influenciar a la organización o pueden ser influenciados por sus actividades, así como su actitud hacia la organización.

Para identificar a los stakeholders uno debe:

- Identificar los principales grupos de interés.
- Ubicarlos en relación con la organización.

- Categorizar los actores.
- Analizar la información.

4.2 Mapa genérico Promoinversiones Sagital S.A.

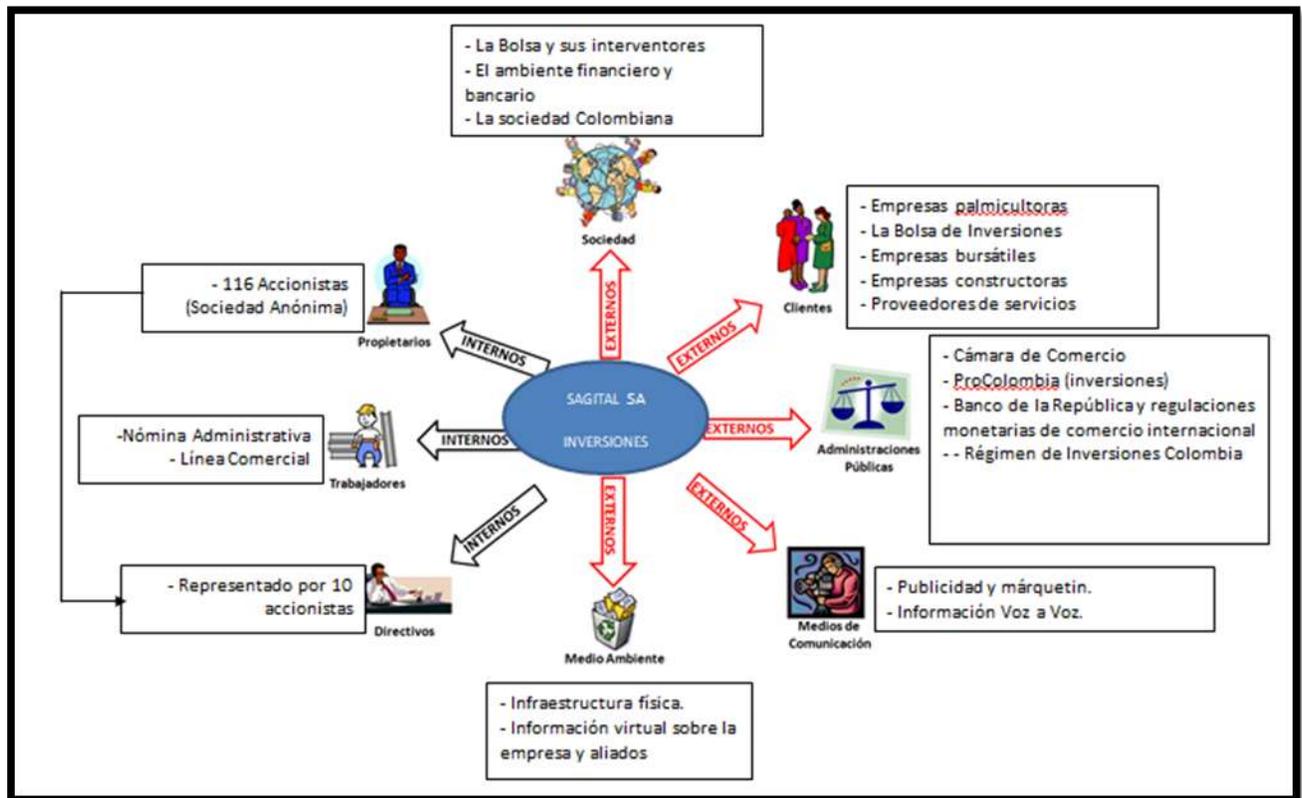


Figure 2 Mapa Genérico

Elaboración: Fuente propia

Nivel interno

Este nivel está constituido por:

- Propietarios: al ser una sociedad accionaria, La propiedad se da a través de un cuerpo de 116 accionistas.
- Trabajadores: la empresa tiene dos grandes áreas, la administrativa y la comercial. En el área administrativa se encuentran los profesionales que se encargan de administrar, la contabilidad y todas las funciones asociadas a la operatividad y la gerencia de la empresa. En el área comercial se encuentran las personas que se encargan de concretar las ventas y atender las necesidades de los clientes.
- Directivos: el cuerpo directivo está formado por 10 accionistas, por tanto, estas personas tienen amplia capacidad de decisión.

Nivel externo

Está constituido por:

- Sociedad: Se debe destacar que, además del entorno social en el que se desenvuelve la empresa, también mantiene relaciones y depende del ambiente de inversiones extranjeras ya que se relaciona con clientes y proveedores de servicios financieros extranjeros.
- Clientes: Son las personas o empresas a la que la empresa brinda servicios. Los principales clientes son las empresas palmicultoras, la Bolsa de inversiones (que a su vez es proveedor de servicios), y todo el pool de empresas cliente.
- Administración pública: Por las características de su actividad, mantiene relaciones con las entidades públicas que fiscalizan la inversión privada interna y extranjera en Colombia.
- Medios de Comunicación: Esta empresa no es una empresa mediática, pero esto no significa que no tenga relación con los medios de comunicación como editores, foros, y prensa que distribuye información a la comunidad.

- Competencia: El sector bancario colombiano con el aumento de las tasas de interés inició una nueva etapa de consolidación entre entidades grandes y pequeñas (Davivienda, Bancafé, BBVA, Granahorrar, Grupo Aval, Bancolombia, Banco de Crédito, Citibank, Colpatria), el cual se ha convertido en competencia principal para Sagital S.A. En este sentido el mercado se convierte en una lucha. Ya las diferentes entidades buscan conquistar accionistas o socios para crecer económicamente.

4.3. **Matriz de Influencia empresa**

Como ya se había mencionado anteriormente, la identificación de Stakeholders, es una herramienta muy útil, que permite clasificar a los involucrados en el proyecto según sus niveles de interés e influencia, priorizando a los más importantes y desarrollando así las estrategias correspondientes para gestionar sus expectativas. De la misma manera, su clasificación puede cambiar durante la vida del proyecto. Así, aquellos que fueron inicialmente identificados con un alto nivel de influencia en el proyecto, pueden ser reclasificados a un nivel más bajo durante otras etapas de la vida del proyecto.

La categorización de los Stakeholders se lleva a cabo una vez que la información sobre estos está completa. Para ello se ha desarrollado una matriz de 2x2, en la que se grafica el grado de poder e interés que tiene el involucrado en el proyecto, coadyuvando así a clasificar a cada stakeholders dentro del grupo para el cual se definen diferentes estrategias.

STAKEHOLDER

INTERÉS	MUCHO	INTERNOS 116 Accionistas Directivos (10 accionistas) Propietarios	INTERNOS 116 Accionistas Directivos (10 accionistas)
		EXTERNOS Ninguno	EXTERNOS Clientes Bancos y servicios financieros Competencia
	POCO	INTERNOS Ninguno	INTERNOS Ninguno
		EXTERNOS Medios de comunicacion Empleados administrativos y profesionales	EXTERNOS Sociedad Entidades de control estatal
	POCA		MUCHA
	INFLUENCIA		

Figure 3 Matriz de Influencias

Fuente: Elaboración Propia

5. Propuesta Plan de responsabilidad social empresarial Promoinversiones Sagital S.A.

Tabla 6 Plan de responsabilidad social empresarial Promoinversiones Sagital S.A.

Dimension	Stakeholder	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (Físicos, humanos y técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económico	Propietarios (116 accionistas)	<ul style="list-style-type: none"> •Mantener una comunicación constante y asertiva con la empresa y sus stakeholders •Tener conocimiento de las inversiones oportunamente •Conocer con quien se tiene relaciones comerciales 	<p>Crear la página web de la empresa para que a través de ella se implemente un canal de noticias interno en donde los accionistas podrán estar enterados de las diferentes relaciones que la empresa tiene con sus Stakeholders</p>	8 meses	Hardware y software institucional, departamento de sistemas, jefes de cada departamento, directivos.	# de accionistas que utilicen el canal / total de accionistas * 100%	Realizar reuniones quincenales para la recolección de información, reuniones mensuales para verificar avance de la implementación del sistema.
	Directivos (representado por 10 accionistas)	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicar proyectos que generen rentabilidad • Invertir en proyectos con prácticas de responsabilidad social • Mitigar riesgos en proyectos poco rentables 	<p>Realizar una exhaustiva investigación de mercados permitiendo asegurar las inversiones con un mínimo de errores</p>	6 mes	Personal profesional en investigación de mercados, directivos, personal administrativo, transporte para desplazamiento a visita de clientes, sistemas de información para chat, llamadas, videoconferencias. Viáticos para viajes.	# de proyectos viables/proyectos ejecutados*100%	Realizar reuniones semanales en donde se estudie los posibles proyectos a invertir

Empresas Palmicultoras	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias • Emplear a mujeres cabeza de familia 	Destinar el 1% de las utilidades para ofrecer beneficios extralegales a los empleados para la obtención de créditos educativos y de vivienda a intereses muy bajos, con el fin de incentivar el trabajo bien hecho desde el principio y evitar reprocesos.	1 año	Personal de recursos humanos, bases de datos de los trabajadores	# de trabajadores totales/# trabajadores beneficiados*100%	Realizar encuestas a trabajadores mensuales acerca de sus necesidades y de los beneficios a los cuales han accedido.
Empresas constructoras	• Invertir en obras tanto privadas como de bienestar social Ej., Jardines, bibliotecas, centros culturales.	Generar participación en varios sectores de la economía en donde lo privado permita subsidiar lo social.	1 año	Personal de investigación de mercados, personal administrativo,	# de Obras públicas / # de obras privadas * 100%	Realizar informes quincenales de los proyectos en donde se invierte y presentar en comité de los directivos.
Inversionistas	Implementar una estrategia financiera para maximizar los ingresos de los accionistas o inversionistas e incrementar las ventas	Realizar proyectos a corto plazo, con un plan de acción compuesto por un portafolio de estrategias como informes financieros, proyectos de marketing, para incrementar las metas con personal capacitado para	12 a 18 meses	Computadores, programas financieros y contable, secretaria y contadores. Salas de juntas	10 accionistas participantes / 16 accionistas en total * 100 = 62.5 % de participación}	Contabilidad, elaboración de informes financieros y presupuestos, recolección de cuentas por cobrar, reuniones cada trimestre

			lograr el objetivo				
	Empleados	Financiar con una tasa preferencial créditos a los empleados	Proponer a la junta que se contemple Compra de cartera para empleados y que se realice el respectivo descuento por nomina	2	Sala de junta para 12 personas, refrigerios, Videobeen, tablero.	Numero de propuestas presentadas / Numero de Propuestas aprobadas	Acta comité financiero
	Propietarios	Mantener actualizada su participación accionaria	Generar y presentar reportes de su participación en la empresa	Trimestral	Físico: Sala de reuniones de la empresa Humanos: consultores financieros. Técnicos: computadoras y equipos complementarios	3 informes de Participación y Gestión Financiera Accionaria	Acta de reuniones de la Asamblea General de Socios.
	Sociedad financiera y bancaria	Promover en la comunidad el conocimiento sobre las inversiones financieras.	Dictar capacitaciones donde se enseñe y ayude a los clientes entender el mundo de la inversión y que herramientas se pueden utilizar para realizar un seguimiento.	1 capacitación cada 6 meses	Sala de capacitación, logística, manual, videos, y capacitador adecuado	(4 de empleador capacitados/ 20 de empleados de la empresa) *100%= 50%	Equipo y actas de capacitación.
Social	Clientes	Realizar campañas sociales que permitan mejorar la perspectiva del cliente acerca de la empresa	crear publicidad por internet para fidelizar a los clientes	6 meses	Sala de juntas, publicidad, equipos tecnológicos, (internet)	60 personas / 105 personas *100 = 57 % de participación de ayuda	Reuniones cada semana para definir las ayudas y las tareas y fechas de cumplimiento con los representantes de cada proveedor para hacer la actividad social

	Comunidad	Destinar el canon de arrendamiento al año de un apto para subsidiar proyectos sociales	Proponer a la asamblea que se destinen recursos para la creación de una biblioteca en el sector palmero	12 meses	Sala de junta para 12 personas, refrigerios, videobeen, tablero.	Numero de propuestas presentadas / Numero de Propuestas aprobadas	Acta comité financiero
	Trabajadores Linea Comercial	Capacitar a empleados en los nuevos métodos de atención al cliente con autoservicio.	Introducir herramientas de auto servicio que ayudan acelerar los procesos de inversión sobre el producto-servicio ofrecido, con el fin de estar más conectados con los clientes.	Una capacitación cada 4 meses	Sala de capacitación, computadores, programas de auto servicio	(2 de empleador capacitados/ 15 de empleados de la empresa) *100%= 75%	Plantillas virtuales que recopilan los resultados y sugerencias.
	Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> • Generar un ambiente equitativo, armonioso, respetuoso e incluyente entre los trabajadores • Crear actividades extralaborales de esparcimiento donde se exalten las aptitudes preferencias y gustos de los colaboradores. 	Constituir normas de convivencia y realizar actividades externas de esparcimiento en donde se relacione todo el personal.	3 meses	Departamento de Recursos Humanos, salas de capacitación, conferencistas externos, presupuesto para refrigerios.	# de empleados totales/ # de empleados satisfechos * 100%	Cada vez que se realice una actividad extra laborar se realizara una encuesta a los asistentes sobre el nivel de satisfacción.
Ambiental	Empleados	Integrar a los trabajadores y motivarlos para que participen de	Realizar reuniones, conferencias y entrenamientos,	12 meses	salones de capacitación, sala de juntas y equipos tecnológicos	25 empleados / 25 empleados total de empresa * 100 = 100 % de participación	Actas de reunión de los grupos primarios con los avances

	forma activa en la actividad de sostenibilidad ambiental	programas de buenas conductas de consumo eléctrico, recursos hídricos y papel implementando programas de reciclaje			del equipo de trabajo de la empresa	realizados y compromisos para continuar ejerciendo las tareas definidas, cada 15 días
Administradores	Llevar a la junta alternativas de participación de la empresa en proyectos sociales	Detallar los beneficios tributarios de posible inversión en fundación formemos	1	Sala de junta para 12 personas, refrigerios, Videobeen, tablero.	Numero de propuestas presentadas / Numero de Propuestas aprobadas	Acta de comité
Constructoras	Reducir la gestión de residuos de construcción y demolición a un 10% reutilizando en rellenos o carreteable.	Planificar y reciclar los residuos de construcción para utilizar en nuevas líneas de investigación que desarrollo nuevo cemento amigable.	Cada 6 a 8 meses	sala de juntas y equipos tecnológicos/científicos	(4 de empleador capacitados/ 15 de empleados de la empresa) *100%= 40%	Plantillas virtuales que recopilan los resultados y sugerencias.
Infraestructura física	Implementar la certificación leed (sistema de certificación de edificios sostenibles) en la infraestructura.	Realizar las mejoras y adecuaciones pertinentes a las instalaciones para obtener la certificación.	1 año	La gerencia, firma arquitectónica, presupuesto, contador.	# Cambios por realizar/ Cambios realizados*100%	Realizar reuniones mensuales para verificar los avances de las mejoras.

Fuente: Elaboración propia

5.1 Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders)

Tabla 7 Plan de comunicaciones

Plan De Comunicaciones			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económica	Propietarios (116 accionistas)	Semanal	Correo Electrónico
	Accionistas	Quincenal	Telefónico, Conferencias, Vía Skype
	Sociedad financiera y bancaria	Quincenal	Presencial, Conferencias, Correo Electrónico
Social	Empleados	Mensual	Comité, Correo Electrónico, Comité
	Propietarios	Semanal	Correo Electrónico y Conferencias
	Comunidad	Mensual	Conferencias y Comité
	Clientes	Diario	Visitas, Correo, Llamadas
	Trabajadores Línea Comercial	Semestral	Presencial, Conferencias, Correo Electrónico
	Colaboradores	Mensual	Correo electrónico
Ambiental	Administradoras	Annual	Vía Skype, Conferencias, Llamadas
	Empleados	Diario	Presencial, Correo
	Constructoras	Mensual	Visitas, Conferencias virtuales, comités
	Infraestructura física	Mensual	Reuniones o comités.

Fuente: Elaboración propia

5.2 Modelo de informe de gestión recomendado

Global Reporting Initiative (GRI): es un modelo de gestión para comunicar y generar información sobre el quehacer de la empresa. El modelo cuenta con aceptación internacional y ofrece una guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad teniendo en cuenta aspectos económicos, sociales y medioambientales. Cualquiera puede tener acceso a la guía. Una vez realizada la memoria, las empresas tienen la opción de enviar sus memorias de sostenibilidad a GRI y obtener una calificación en términos de transparencia de la memoria.

6. Conclusiones.

El diplomado de profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad social y empresarial, nos permitió reconocer e identificar los conceptos básicos y herramientas que conlleva un plan de RSE. A través de la selección de la empresa Promoinversiones Sagital S.A., basados en los impactos ambientales económicos y sociales, el grupo generó estrategias para una correcta toma de decisiones frente al tema de responsabilidad social.

La responsabilidad social empresarial, promueve el compromiso de contribuir para el bienestar integral de los colaboradores, clientes, proveedores y la sociedad en general de un país. Existe responsabilidad cuando el empresario practica los valores éticos y cuando considera políticas sobre el cuidado del medio ambiente, valorando que los recursos son escasos y en su mayoría no renovables. Se identificó las estrategias que conllevan al desarrollo del plan empresarial.

Se diseñó el código de conducta, donde se presentó a la empresa un manual o lineamiento que aporta gran valor a su cultura organizacional, orientando forma de realizar las diferentes actividades o transacciones dentro ella, de una manera legítima, transparente y promoviendo un ambiente laboral integro tanto para clientes internos como externos.

Se analizó los Stakeholders y actores de la empresa logrando establecer la importancia, relación e influencia que tiene con la empresa, generando estrategias empresariales distintas para cada uno de ellos, dándole oportunidad a la empresa de mejorar continuamente basados en su entorno.

7. Referencias

Arredondo, T., Villa, C. & De la Garza, G. (2014). Propuesta para el diseño de un código de ética empresarial basado en la ética kantiana. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a02.pdf>

Bautista, R. (2012). Incertidumbre y riesgos: en decisiones financieras, capítulo 8. Editorial ECOS Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=9&docID=3208874&tm=1510659068078>

Carracedo, A. (2009). Decisiones financieras: influencias subjetivas. Una mirada distinta sobre situaciones que pueden afectar a todos. (pp. 17-31). Editorial Fundación Ross. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.10498445&lang=es&site=edslive>

Carballo, R. (2005). Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación, capítulo 1. Ediciones Díaz de Santo. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=418383&tm=1510602265255>

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>

García Ahumada, Alejandra. (2018) LA MATRIZ KEPNER-TREGOE. *Aula Interactiva*. Recuperado: <https://aulainteractiva.org/la-matriz-kepner-tregoe-2-5415/>

Lombana, J, G. S & otros. Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. edición). (pp.206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014). Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. Pág.17-23, 30-31. Recuperado de http://observatoriorsc.org/wpcontent/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf

Triana, K. (2017). OVI - Porter's Five forces. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/12882>

8. Anexos

A continuación, se relaciona link del video marketing social y marketing corporativo.

<https://www.powtoon.com/online-presentation/bdKKNSc6JTA/video-marketing/?mode=movie>