

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA EMPRESA CREARSOL

JENNY LUCIA AMAYA

LEYDA VIVIANA MARTÍNEZ

YADIRA SIERRA

YORELY GALEANO BLANCO

CESAR AUGUSTO CUEVAS

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA (UNAD)
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y
DE NEGOCIOS (ECACEN)
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
JULIO DE 2018**

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA EMPRESA CREARSOL

JENNY LUCIA AMAYA – CÓDIGO 35.195.868

LEYDA VIVIANA MARTÍNEZ – CÓDIGO_1.076.647.772

YADIRA SIERRA – CÓDIGO 1.075.670.964

YORELY GALEANO BLANCO – CÓDIGO 1.098.626.486

CESAR AUGUSTO CUEVAS – CÓDIGO 91.492.969

GRUPO: 101008_2

TUTOR

FAIBER ALEXIS BENAVIDES

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA (UNAD)
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y
DE NEGOCIOS (ECACEN)
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
JULIO DE 2018**

Tabla de contenido

Lista de Tablas	5
Lista de Ilustraciones	6
Resumen.....	7
Palabras Clave.....	7
Abstract	8
Introducción	9
1. Objetivos.....	10
Objetivo General.....	10
Objetivos Específicos.....	10
2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa CREARSOL.....	11
2.1. Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)	11
2.2. Formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada.....	12
2.3. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial.....	13
3. Código de Conducta	14
3.1. Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción.....	14
3.2. Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.	15
3.3. Código de conducta de la empresa seleccionada	20
3.4. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta.....	28
4. Stakeholders.....	29
4.1. Breve descripción de los Stakeholders	29
4.2. Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre la empresa seleccionada y los Stakeholders (actores) identificados.	31
5. Plan de responsabilidad social empresarial	32
5.1. Modelo de informe de gestión recomendado.....	35

6. Conclusiones.....	36
7. Bibliografía.....	37
Anexos (Enlace del vídeo que fue subido a YouTube).....	39

Lista de Tablas

Tabla 1 Formato de evaluación de Impacto empresa: CREARSOL.....	12
Tabla 2 Recursos Financieros y Decisiones de Inversión Objeto del Código de Conducta	28
Tabla 3 Plan de responsabilidad Social Empresarial	32
Tabla 4 Plan de Comunicaciones	34

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Mapa genérico seleccionado	30
Ilustración 2 Matriz de Relaciones (Influencia vs. Impacto) entre la empresa seleccionada y los Stakeholders	31

Resumen

Cumplir con los compromisos sociales es una tarea de vital importancia que deben tener en cuenta las empresas con el fin de generar una relación de transparencia y confianza con cada uno de los grupos de interés. Por ello los objetivos empresariales deben incluir beneficios para la sociedad, y es a través de la elaboración de un Plan de Responsabilidad Social Empresarial como se pretende mejorar el entorno en el cual se ubica la empresa y generar un mayor crecimiento en su actividad.

Se ha realizado la evaluación de desempeño a la empresa CREARSOL SAS, para identificar los impactos económicos, sociales y ambientales que esta pueda generar; así mismo se ha redactado un código de conducta, con el objetivo de establecer los principios éticos que rigen la forma de actuar y comportarse de la organización.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Empresarial-RSE, Marketing Social Corporativo, Perspectiva, Estrategias Empresariales, Código de conducta, GI (Iniciativa de informe global).

Abstract

Comply with the social commitments is a vitally important task that companies must keep in mind in order to generate a relationship of transparency and trust with each stakeholder. Therefore, the business objectives must include benefits for society, and it is through the preparation of a Corporate Social Responsibility Plan as to improve the environment in which the company is located and generate greater growth in its activity.

The performance evaluation has been carried out to the company CREARSOL SAS, to identify the economic, social and environmental impacts that this may generate; likewise, a code of conduct has been drafted, with the aim of establishing the ethical principles that govern the way of acting and behaving in the organization.

Key words: Corporate Social Responsibility-CSR, Corporate Social Marketing, Strategic Perspective, Business Strategies, Code of Conduct, GIR (Global Reporting Initiative).

Introducción

Las organizaciones son el producto de la integración de más personas para lograr una meta, y la aceptación de esta premisa permite hablar de organizaciones humanas, en las cuales se incluye el desarrollo de la responsabilidad social empresarial dentro de las estrategias de evaluación para alcanzar altos índices de competitividad.

La capacitación entendida como el cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador hace parte fundamental de responsabilidad social empresarial y productiva de cualquier organización, es por esto la importancia y pertinencia de desarrollar este tema y esquematizarlo bajo un modelo acorde a las necesidades de la Empresa CREARSOL (Creadores de Soluciones SAS), que este enfocado hacia las competencias en su personal ya sea Gerencial, Administrativo, operativo, entre otros.

La inquietud por la responsabilidad social empresarial se ha incrementado con el transcurrir de los años, y de manera particular en esta época, en la que fenómenos como el calentamiento global y los accidentes laborales han deteriorado la confianza de los grupos de interés en las organizaciones industriales.

Existen muchas definiciones sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Según la Comisión de las Comunidades Europeas (2006), la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), es la acción voluntaria de las empresas por las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus Stakeholders.

En un sentido similar Jiménez (2008) define la RSC como la implantación voluntaria de sistemas de gestión, medición e información del comportamiento socialmente responsable de una organización, considerando los intereses de los Stakeholders o grupos de interés con los que la organización se relaciona. Este mecanismo constituye una forma de cumplir con ética y compromiso los requisitos exigidos por los mismos. Según Giraldo (2007), la RSC responde ante los Stakeholders por los resultados que generan las decisiones adoptadas y las acciones que se desarrollan por efecto de ellas. De este modo, la responsabilidad social se constituye en un enfoque de gestión que integra toda la organización ICONTEC, (2008).

1. Objetivos

Objetivo General

- Elaborar un plan de responsabilidad social y empresarial, a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales para la empresa CREARSOL

Objetivos Específicos

- Identificar los impactos económicos, ambientales y sociales de la empresa seleccionada con el fin de generar estrategias de solución.
- Diseñar un código de conducta óptimo para la empresa donde se encuentre los principios fundamentales que tiene la empresa para los trabajadores, proveedores y clientes.
- Identificar los Stakeholders de la organización para priorizarlos y otorgarles un valor a cada uno de ellos.
- Construir el plan de responsabilidad social empresarial y el plan de comunicaciones para los grupos de interés tanto internos como externos de la organización.

2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa CREARSOL

2.1. Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)

CREARSOL (Creadores de Soluciones SAS)

MISION

Proporcionar servicios de telecomunicaciones a través de redes tecnológicamente actualizadas y modernas, cumpliendo la normativa vigente e impulsando el crecimiento económico productivo de nuestro municipio; logrando que todos los habitantes de Zipaquirá, accedan a la comunicación telefónica e internet bajo premisas de calidad y tarifas equitativas.

VISION

Para el año 2022, nos comprometemos a sumar todos nuestros esfuerzos para lograr mantener a CREARSOL como una empresa líder en el ramo de las telecomunicaciones en el municipio de Zipaquirá, con el fin de satisfacer la demanda y las necesidades de los habitantes de este municipio y sus alrededores.

VALORES

Los valores de CREARSOL se alinean de modo consistente con la Visión y la Misión en la medida que son instrumentales para su logro, y reflejan de modo fundamental una actitud ética basada en principios de tolerancia, respeto y colaboración con el conjunto de grupos de interés con los que la compañía quiere desarrollar y consolidar su proyecto:

- **Compromiso:** Nos responsabilizamos de consolidar nuestros proyectos de forma proactiva
- **Orientación al cliente:** Descubrimos, entendemos y consolidamos las necesidades de nuestros clientes
- **Innovación:** Aportamos valor con espíritu creativo, profesional y crítico a nuevas ideas para ponerlas en práctica
- **Flexibilidad:** Nos adaptamos al entorno en continua evolución
- **Resolución:** Alcanzamos nuestros objetivos con una mezcla de entusiasmo, razón y practicidad
- **Honestidad:** Demostramos integridad en nuestras actuaciones

- **Credibilidad:** Lo que decimos, lo hacemos
- **Desarrollo:** Favorecemos el desarrollo de las personas mediante la cohesión, la colaboración y el equipo.

2.2. Formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada

Tabla 1 Formato de evaluación de Impacto empresa: CREARSOL

Formato de evaluación Impacto empresa: CREARSOL (Creadores de Soluciones SAS)			
Problema	Contexto	Impacto	Prioridad atención
Económico	Interno: Este factor es muy importante para que CREARSOL pueda alcanzar ventajas competitivas relacionadas positivamente con su rentabilidad financiera.	Establecerá los deberes de la empresa CREARSOL de difundir información local y se asegura un impacto positivo en la economía local, ayudando a potencializar la productividad dentro de la comunidad en la que opera.	Media
	Externo: La empresa CREARSOL necesita posicionarse adecuadamente ante sus consumidores y proveedores cuyas interacciones se caracterizan por relaciones de poder asimétrico y, en ocasiones, intereses contrarios.		Alta
Social	Interno: CREARSOL necesita Asumir una responsabilidad social, superando la obligación mínima de producir bienes y servicios para la sociedad. Se han presentado inconvenientes con la selección adecuada del personal; afectando negativamente la productividad y la competitividad de la empresa.	Deberá existir una relación entre la empresa CREARSOL y las sociedades en las que operan. Esta relación se basa en una participación activa de la sociedad, que contribuya a su desarrollo y progreso.	Alta
	Externo: Necesita una imagen reforzada y dependiendo de los resultados de los proyectos sociales para que empresa CREARSOL se vuelve más conocida y venda más sus productos y servicios; además, su marca gana, sobre todo, mayor visibilidad, aceptación y potencialidad.		Alta
Ambiental	Interno: CREARSOL debería realizar el seguimiento de medición de: aquellas de operaciones que pueden tener un impacto ambiental significativo, las obligaciones de cumplimiento, los controles operacionales.	Las decisiones y actividades de CREARSOL tendrán un impacto para el medio ambiente, asociados al uso eficiente de los recursos, generación de contaminantes, preservación de hábitats y biodiversidad. La	Media

<p>Externo: Debería evaluar el desempeño ambiental y proporcionar entradas para la revisión por la dirección. Comunicar externamente la información pertinente al desempeño ambiental</p>	<p>responsabilidad ambiental para CREARSOL es una condición para la supervivencia de los seres humanos y la sostenibilidad mundial.</p>	<p>Media</p>
--	---	--------------

Fuente: Elaboración Propia

2.3. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

La responsabilidad social de la empresa CREARSOL, se define como el conjunto de acciones voluntarias que toma, con el objetivo de mejorar su situación competitiva y su valor añadido.

La empresa CREARSOL se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relación, buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras; sus negocios integran el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente con la gestión misma de la empresa

CREARSOL tiene en cuenta los impactos de todos los aspectos de sus actividades que generan sobre sus clientes, empleados, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. Los comportamientos de negocio están basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y los grupos de interés (clientes, proveedores, consumidores, medio ambiente, comunidades, y la sociedad en general).

La RSE para CREARSOL es la contribución de su empresa al desarrollo sostenible, por ello la empresa debe modificar sus patrones de producción, consumo e inversión para alcanzar un desarrollo equilibrado en los tres ejes: económico, ambiental y social.

3. Código de Conducta

3.1. Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción

El Modelo Gerencial tomado como referencia es el modelo enfocado hacia la Inclusión, ya que este juega un papel importante porque ayuda a que CREARSOL pueda ofrecer un mejor producto y servicio.

Toda empresa independientemente de la razón o sector, debe regirse bajo unas pautas a la hora de actuar desde su campo, creando con esto reglas de relación donde se proteja el cliente (interno y externo), generando negociaciones transparentes y confiables para los mismos, CREARSOL, no está exenta de esto, pues es importante que se maneje la transparencia, la claridad y la objetividad encada una de éstas con el fin de arrojar no solo resultados verídicos, sino también obtener posibles futuros clientes.

Es importante satisfacer la necesidad del cliente, con ello se podrá asegurar ventajas competitivas; también es fundamental el “valor” que puedan tener los productos y servicios que ofrece la empresa, este valor solo podrá juzgarlo el cliente, y si este encuentra tal valor en el producto pagara por él. Cuando el comprador encuentra satisfacción en el momento que compra el servicio o el producto y se da cuenta que se resuelven sus dificultades, es en este momento en que se mide el cumplimiento o finalidad para la que se ha creado el producto.

Se determina que la inclusión, la innovación y gestión del conocimiento serán principios que acompañaran este modelo de gerencia, influyendo de manera positiva en la planeación estratégica de CREASOL. Uno de los objetivos fundamentales de la gestión del conocimiento y la innovación, es el aprender, poniendo en práctica el cómo planear y que tipo de decisiones puedo tomar y que criterios debo tener en cuenta para tomar una decisión.

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

Decisión de la alta dirección

La dirección de la empresa en este caso el gerente general ha decidido implementar un código de conducta y ético donde los trabajadores, proveedores y clientes, tengan en cuenta los principales principios que la empresa tiene al momento de brindar un servicio, con la confidencialidad de sus documentos, ambientales entre otros aspectos que estar en el código de conducta.

¿A quién aplica?

El código de conducta y ético aplicara para los trabajadores, proveedores y clientes que tengan una relación con la empresa ya que el modelo gerencial a desarrollar es la inclusión donde se busca identificar los principios que se deben manejar para entregar un servicio excelente con productos de calidad.

La empresa CREARSOL se dedica a prestar el servicio de internet banda ancha, por ello los equipos a utilizar deben de ser comprador a proveedores que se encargan que dichos equipos cumplan con lo que la empresa CREARSOL está solicitando para ellos aplica el código de conducta y ética al momento de garantizar que los equipos sean de calidad para los clientes, que se respeten la confidencialidad ante otras empresas que prestan el mismo servicio.

Conformación del equipo

El código de conducta y ético aplicara para los trabajadores, proveedores y clientes que tengan una relación con la empresa ya que el modelo gerencial a desarrollar es la inclusión donde se busca identificar los principios que se deben manejar para entregar un servicio excelente con productos de calidad.

La empresa CREARSOL se dedica a prestar el servicio de internet banda ancha, por ello los equipos a utilizar deben de ser comprador a proveedores que se encargan que dichos equipos cumplan con lo que la empresa CREARSOL está solicitando para ellos aplica el código de conducta y ética al momento de garantizar que los equipos sean de calidad para los clientes, que se respeten la confidencialidad ante otras empresas que prestan el mismo servicio.

Para los empleados (técnicos de instalación, vendedores, personal administrativo y personal operativo) el código de conducta aplicara brindando principios éticos donde se busca principal mente una relación laboral agradable, donde cada empleado tenga sentido de pertenecía hacia la empresa para brindar un servicio de calidad al cliente, esto evitara la corrupción de información privada de la empresa, la esclavitud hacia los trabajadores, la contaminación ambiental y otro factores por los que se realiza en código de conducta.

Para la elaboración del código de conducta el equipo estará conformado por

- Gerente general
- Recursos humanos
- Representante fiscal
- Representante de empleados operativos

Ya que el código de conducta involucra a todo el personal que tenga una relación con la empresa se busca identificar cada uno de los principios que sean necesarios para la elaboración del código

Instancias de sensibilización y participación

CREARSOL (Creadores de Soluciones SAS)

¿Cómo queremos actuar?

En cada situación presentada se busca actuar de la mejor manera, el modelo de gerencia escogido para el desarrollo del código de conducta identifica las necesidades y expectativas que busca la empresa así el cliente como las empleados deben de actuar al momento de prestar su servicio resalta los valores corporativos y personales de cada uno como el respeto, la honestidad, el compromiso entre otros.

En algunas situaciones presentadas los proveedores no mantienen la confidencialidad de los equipos que maneja la empresa para brindar un servicio de calidad y vende esta información a otras empresas por ellos la empresa busca incluir un código de conducta donde el proveedor se comprometa con la empresa a mantener dicha información privada.

Otro conflicto que se presenta por parte de los trabajadores es el compromiso y valor propio que cada uno debe de tener para la empresa ya que brindara un servicio de calidad al momento de hacer alguna instalación y al vender el servicio que presta la empresa.

Es vital para la organización que los directivos y colaboradores de todos los niveles, adopten una conducta adecuada dentro de la empresa teniendo en cuenta y aplicando los valores y los principios plasmados en la Misión y Visión.

La puntualidad, el cuidado personal, la forma de hablar y expresarse, el cumplimiento oportuno de los deberes, la forma de relacionarse con los demás, entre otros comportamientos cotidianos son los que proyectan una imagen positiva ante el cliente y la sociedad en general.

Recopilación de insumos y redacción provisoria

El Código de Ética y Conducta describe, en términos muy prácticos y claros, las normas mínimas de comportamiento requeridas por parte de trabajadores, proveedores y clientes. Todos ellos deberán practicar estas normas de comportamiento que servirán de guía cuando se tomen decisiones y se adopten medidas para el funcionamiento y desarrollo de la empresa CREARSOL.

Principios Generales

Todos los trabajadores tienen derecho a gozar de un entorno de trabajo sano y seguro, exento de discriminación y acoso en el cual puedan alcanzar los objetivos individuales así como los de la empresa CREARSOL. Un buen ambiente de trabajo reúne las condiciones siguientes:

- ✓ Es justo y equitativo
- ✓ Es seguro y presta apoyo
- ✓ Está exento de alcohol y drogas
- ✓ Está exento de acoso y discriminación
- ✓ Respeta las diferencias individuales y la diversidad cultural
- ✓ Informa lealmente al funcionario sobre la valoración que se hace de su trabajo así como también sobre las oportunidades de perfeccionamiento a su alcance;
- ✓ Apoya la participación del personal en el procedimiento de adopción de decisiones.

Principios Fundamentales

- ✓ Responsabilidad personal
- ✓ Cumplimiento de la ley
- ✓ Evitar los conflictos de intereses
- ✓ Confidencialidad y uso de la información oficial

- ✓ Entorno de trabajo

Responsabilidad personal

- ✓ Realizar sus labores con honradez, cuidado, diligencia, profesionalismo, imparcialidad e integridad
- ✓ Colocar en práctica las normas éticas del código de conducta para fin de mantener la certidumbre y la confianza del público al que presta el servicio
- ✓ Tomarse el tiempo para leer y comprender el Código de Ética y Conducta y las consecuencias que se derivan de su incumplimiento;
- ✓ Mantener la confidencialidad de la empresa tanto trabajadores y proveedores de CREARSOL
- ✓ De acuerdo al modelo de gerencia la inclusión identificar las necesidades de los clientes dando ideas para mejorar el servicio que se presta
- ✓ Tratar a los compañeros, proveedores y clientes de manera profesional y con cortesía
- ✓ Evitar el derroche o el uso erróneo de los recursos públicos
- ✓ Cumplimiento de la ley y políticas de la empresa

Personal Involucrado en las Adquisiciones de materias primas

El personal involucrado en las adquisiciones debe prestar atención especial con miras a no infringir las normas y salvaguardias vigentes ni comportarse de manera que los haga objeto de acusaciones de prácticas desleales en materia de adquisiciones. Por tanto, el personal no debe aceptar, en ninguna circunstancia, regalos u hospitalidad de parte de proveedores actuales o posibles.

Consultas multisectoriales

Con la elaboración del código de conducta para la empresa CREARSOL la alta dirección gerente general y el personal que conforma el equipo de trabajo busca identificar los principios que se están buscando para dar funcionamiento al modelo de gerencia expuesto que es la inclusión, que nos dice a quién aplica el código de conducta y que se busca con el código en los trabajadores, proveedores y clientes.

Consulta a peritos

El asesor jurídico tiene como papel principal garantizar el cumplimiento de la legalidad en las operaciones de nuestro negocio y es clave en cualquier estrategia empresarial.

La persona encargada de la parte de legal de la empresa le corresponde verificar el código de conducta realizado para identificar que no se estén rompiendo los derechos y deberes que a cada uno corresponde tanto para trabajadores, proveedores y clientes.

Funciones a realizar por el asesor jurídico

- ✓ Asesora en la constitución, gestión y disolución de cualquier tipo de sociedad mercantil o civil.
- ✓ Defiende los intereses de nuestra empresa en todo tipo de procedimientos judiciales.
- ✓ Estudia y resuelve los problemas legales relacionados con la empresa, sus contratos, convenios y normas legales.
- ✓ Emite informes jurídicos sobre las distintas áreas de la empresa.
- ✓ Negocia y redacta contratos.
- ✓ Asesora a nuestra empresa en materia fiscal, preparando todo tipo de declaraciones y obligaciones fiscales y tributarias.
- ✓ Asesora en torno a la gestión de derechos en materia de propiedad intelectual e industrial.
- ✓ Interviene en todo tipo de negociaciones laborales.
- ✓ Asesora en materia de derecho empresarial.

3.3. Código de conducta de la empresa seleccionada

Código de conducta empresa CREARSOL

Introducción

El presente código tiene la finalidad de presentar ante los colaboradores de CREARSOL, un manual ético de comportamiento basado en valores y principios, código que está totalmente identificado, y que trata de dar a todos ustedes sentido de pertenencia por la organización.

El Código de Conducta de la empresa CREARSOL, es la guía de un comportamiento adecuado dentro de las instalaciones de la empresa y fuera de ella cuando se esté actuando en representación de la misma. Junto a las políticas de principios y valores empresariales se trata de garantizar no solo de hacer lo correcto en el momento y lugar, sino de brindar a los empleados derechos de buen trato, derechos de un buen clima laboral, de ética y transparencia.

Es así como CREARSOL, a partir de la inclusión y participación de ustedes, nuestros colaboradores operativos y administrativos, quiere lograr una cultura organizacional plena con valores individuales y colectivos o compartidos.

CREARSOL, espera que cada uno de ustedes lea este código, lo aplique, pregunte y haga parte activa de nuestro compromiso con la ética y la transparencia empresarial, y hagamos de ella una filosofía institucional, y a partir de ello sigamos ofreciendo servicios de calidad, generando confianza a nuestros clientes y seguir manteniendo un buen posicionamiento en el mercado.

Confidencialidad Empresarial

Al ser un aspecto muy delicado en la empresa este tema se maneja a través del secreto empresarial, por tanto aquella información que produzca ganancias deber ser tratada con confidencialidad y no de deber ser conocida por todos los miembros de la organización y será de uso restringido.

Conflicto de interés

Se deben evitar situaciones que representen la toma de decisiones en donde se beneficie el funcionario personalmente o se permita que otros se beneficien personalmente. Intereses como los laborales, intereses profesionales, familiares así como intereses de negocios, afectan el buen funcionamiento de la empresa.

Cuando se presente un conflicto de intereses real, percibido y/o potencial, los funcionarios deben advertir a los funcionarios encargados del comité de ética.

Conducta Interna

CREARSOL, espera que cada uno de sus integrantes tenga comportamientos íntegros con cada uno de sus compañeros sin importar cuál sea su posición jerárquica, crear espacios de socialización óptimos sin agresiones de ningún tipo, es por ello que se espera de cada uno tratos de marcados dentro del respeto, compañerismo, el dialogo y la comunicación asertiva.

De igual manera se espera la participación activa de parte de cada uno en el mejoramiento continuo, la optimización de los procesos, del logro de la eficiencia y eficacia empresarial.

Dentro de las instalaciones cada uno de los colaboradores debe:

- ✓ Tratar con respeto y dignidad a sus compañeros, directivos.
- ✓ Debe respetar diferencias de cultura, religión, grupo político, preferencias sexuales, raza, no se permiten tratos descorteses dentro de las instalaciones.
- ✓ Trabajar de manera cooperativa con cada uno de sus compañeros.
- ✓ Los trabajadores deben asumir sus propias responsabilidades seriamente.
- ✓ Contribuir a la seguridad del lugar de trabajo e informar con diligencia.

No se permite a ningún empleado la mentira, la deslealtad, de igual manera no está permitido manifestaciones de amor dentro de la empresa.

Favores comerciales

Se entiende por favor comercial todo tipo de regalo, bonificación u otro que se le parezca que el empleado reciba de parte de partes externas, llámense proveedores o clientes a cambio de algún beneficio en particular.

No está permitido para los empleados de CREARSOL

- ✓ Aceptar dinero o regalos en especie a cambio de algún interés.
- ✓ Aceptar algún donativo en aras de que se infrinja la ley o políticas empresariales.
- ✓ Aceptar algún tipo de beneficio a cambio de compartir información empresarial.
- ✓ Aceptar algún tipo de beneficio a cambio de acuerdos comerciales.

CREARSOL permite a sus empleados; ofrecer o recibir alimentos o algún detalle ocasional, razonable y adecuado.

Contravenciones

El personal en general deberá respetar las normas de la empresa que a su vez van regidas por la ley colombiana. Todo acto que atente contra la integridad del personal, las finanzas y/o las instalaciones físicas de CREARSOL, serán sancionadas de acuerdo a las leyes que nos rigen.

CREARSOL, considera como Contravención:

- ✓ Todo tipo de maltrato físico ocasionado a compañeros, clientes, proveedores dentro y fuera de las instalaciones.
- ✓ Todo intento de difamación y calumnia que afecte el buen nombre de algún compañero, directivo o de la empresa.
- ✓ Todo tipo de hostigamiento en contra de las finanzas e instalaciones físicas de la empresa, o alguno de sus compañeros de trabajo.
- ✓ Portación de armas o sustancias que ejerzan algún tipo de riesgo o peligro para la empresa en conjunto.
- ✓ Portación y/o consumo de sustancias psicoactivas (alcohol, estupefacientes) dentro de las instalaciones, así como llegar en estado de embriaguez o bajo el efecto de alguna de estas sustancias.
- ✓ Utilizar el nombre de la empresa sin previa autorización para auspiciar rifas, juegos o espectáculos a nombre de CREARSOL.
- ✓ Dar cualquier tipo de información confidencial de la empresa sin autorización alguna.
- ✓ Demás actos delictivos que estén contemplados dentro de la ley colombiana.

NOTA ACLARATORIA: CREARSOL, tiene libertad plena y hará uso de la ley para cualquier penalización o sanción según la gravedad de la contravención.

Negociaciones

Aquellas negociaciones que deban realizarse con los clientes, con proveedores y con aquellos terceros que se requiera deberán realizarse bajo estándares de transparencia, buena fe y bajo los términos legales a que diera lugar; buscando los intereses de la empresa pero sin perjudicar a la otra parte.

No se permite el lavado de dinero en la empresa, por tanto aquellos negocios que deban realizarse con terceros deben ser pactados con personas y entidades libres de sospecha.

El funcionario que tenga el poder de tomar decisiones o celebrar acuerdos debe notificar al comité de ética cualquier conducta inapropiada que pueda afectar el buen nombre de la organización.

Uso de la información de la empresa

- La organización vela por el derecho a la confidencialidad de la información, la organizara y almacenara adecuadamente; así como los trabajadores no divulgaran información a la tengan acceso y puedan poner en riesgo el buen nombre de los clientes y de la organización. Aquella información que genere ventajas económicas deber ser tratada con confidencialidad y no de deber ser conocida por todos los miembros de la organización y será de uso restringido.
- Los empleados y Directivos no pueden generar información confidencial a personas externas a la empresa, al igual no se pueden hacer comentarios en sitios públicos.
- La información será protegida bajo estándares de confidencialidad y según la normatividad vigente de protección de datos, y solo podrá entregarse a terceros por requerimientos legales.
- La información de la empresa no podrá ser publicada en redes sociales, en casa de que se requiera y sea necesario hacerlo se debe contar con una autorización por parte del Director de la compañía, y solo será publicada bajo los parámetros de Política de Reputación, Comunicación y Marca.
- Los empleados velan por la información de CREARSOL como si fueran de ellos y mantienen la confidencialidad de esta. Dentro de la información más importante y de la cual deben mantener total discreción, se encuentra:
 - ✓ Contabilidad y reportes financieros precisos
 - ✓ Abuso de información privilegiada
 - ✓ Protección de los activos de CREARSOL
 - ✓ Privacidad
 - ✓ Propiedad Intelectual
 - ✓ Comunicarse con terceros externos

Comunicaciones estratégicas

Comunicación Interna

Dentro de la empresa es importante contar con los canales adecuados para transmitir correctamente un mensaje, una información, en el tiempo oportuno.

CREARSOL, hará uso de canales de comunicación asertivos para la difusión de su información así:

- ✓ Por medio de reuniones
- ✓ Cartelera informativa
- ✓ Medios digitales (correo institucional)
- ✓ Página Web

Comunicación Externa

Para los demás interesados en conocer el código ético y demás información de CREARSOL, la empresa a través de la página de web empresarial con opción de exportar a pdf.

Así mismo mantendrá actualizado su código con aras de mantener informado a sus clientes, proveedores, empleados y demás Stakeholders sobre el cumplimiento y control del código.

Cultura, social y religión

CREARSOL desarrolla sus actividades desde el respeto a la sociedad, especialmente a las instituciones y organismos públicos favoreciendo un clima de cooperación. Los empleados de CREARSOL deben promover la colaboración eficiente con las autoridades en el desarrollo de sus actividades, y deben mantener la honradez e integridad en sus relaciones con las autoridades públicas, mostrando una actitud de ayuda y cooperación ante cualquier requerimiento.

En CREARSOL se fomenta a nivel global la contratación de colaboradores que cuenten con las competencias necesarias, y de proveedores que cumplan con las condiciones requeridas en precio y calidad, en beneficio de sus actividades. De igual manera, mantienen la prohibición de contratar a personas menores de edad para la realización de cualquier tipo de trabajo, remuneradas o no.

CREARSOL incentiva a sus empleados a participar en las comunidades, lo que puede incluir actividades políticas y/o religiosas. Sin embargo, no se puede usar el nombre de la empresa para promover causas particulares políticas o religiosas. CREARSOL no apoya ni se vincula con actividades políticas o religiosas que inciten el extremismo o cuestionen su compromiso con la diversidad cultural y oportunidades igualitarias. En ocasiones, la empresa puede comunicar información y opiniones sobre problemas de interés público que afecten a esta. Tales comunicados no buscan obligarlos a adoptar ciertas ideas ni apoyar ciertas causas. Sus creencias y acciones políticas son totalmente personales y voluntarias.

Glosario

- ✓ **Ética:** *proveniente del griego ethika que traduce como comportamiento, partir de esto se puede decir que la ética son todos los principios y formas de comportamiento de los individuos en cada situación de la vida.*
(CONCEPTODEFINICION.DE, 2011)
- ✓ **Valores:** *La palabra valores viene del latín “valere” lo que significa “ser fuerte”. Este vocablo alude a todos aquellos principios que le permiten a los seres humanos mediante su comportamiento realizarse como mejores personas; es decir son esas cualidades y creencias que vienen anexadas a las características de cada individuo y que ayudan al mismo a comportarse de una forma determinada.* (CONCEPTODEFINICION.DE, 2011)
- ✓ **Principios:** *todas aquellas normas por las cuales los individuos deben regirse. Son leyes universales, capaces de abarcar cualquier comunidad o cultura, algunas de ellas son el respeto a la vida, respetar al prójimo, no ejercer violencia en contra del prójimo, etc. Los principios éticos son afirmaciones propias del hombre, que defienden su necesidad de evolucionar y de ser feliz.*
(CONCEPTODEFINICION.DE, 2011)
- ✓ **Código de Conducta:** *documento redactado voluntariamente por una empresa en el que se exponen una serie de principios que se compromete unilateralmente a seguir. En algunas oportunidades los códigos de conducta alcanzan a las empresas proveedoras, subcontratistas y terceristas.*
(CONCEPTODEFINICION.DE, 2011)
- ✓ **Dignidad de la Persona:** *un valor y un derecho innato, inviolable e intangible de la persona, es un derecho fundamental y es el valor inherente al ser humano porque es un ser racional que posee libertad y es capaz de crear cosas.*
(CONCEPTODEFINICION.DE, 2011)

- ✓ **Respeto:** *El respeto es un valor basado en la ética y en la moral. Una persona cuando es respetuosa acepta y comprende las maneras de pensar y actuar distintas a las de ella, también trata con sumo cuidado todo aquello que lo rodea.* (CONCEPTODEFINICION.DE, 2011)
- ✓ **Conducta:** *Manera como se comportan las personas, sinónimo de comportamiento, ya que describe las acciones que realiza un individuo, frente a los estímulos que recibe y a la conexión que establece con su entorno.* (CONCEPTODEFINICION.DE, 2011)
- ✓ **Conducta obligatoria** *Son las conductas que, de acuerdo a la teoría ética o filosofía moral de la empresa, constituyen un deber ineludible y deben cumplirse siempre, sin excepción. El no cumplimiento de una conducta éticamente obligatoria causa un mal por “omisión” de una conducta ineludible.* (CONCEPTODEFINICION.DE, 2011)
- ✓ **Conducta óptima:** *Encarnan de forma excelente los ideales éticos de la empresa. Estos siempre deben ser buscados para perfeccionar al ser humano, a la organización y al conjunto de la sociedad.* (CONCEPTODEFINICION.DE, 2011)
- ✓ **Conductas prohibidas:** *Son las que perjudican a la persona, a la organización o al conjunto de la sociedad en sus derechos fundamentales, de manera tal que jamás, en ninguna circunstancia, deben tolerarse.* (CONCEPTODEFINICION.DE, 2011)
- ✓ **Intimidad:** *Representa el espacio de la privacidad personal o empresa debe de proteger.* (CONCEPTODEFINICION.DE, 2011)
- ✓ **Responsabilidad:** *cumplimiento de las obligaciones o cuidado al hacer o decidir algo, o bien una forma de responder que implica el claro conocimiento de que los resultados de cumplir o no las obligaciones, recaen sobre uno mismo.* (CONCEPTODEFINICION.DE, 2011)
- ✓ **Confidencialidad:** *Propiedad que le otorga reserva a una información porque su conocimiento puede causar temor o complicar un proyecto relevante.* (CONCEPTODEFINICION.DE, 2011)
- ✓ **Transparencia:** *Cuando el concepto de transparencia se aplica sobre una persona, una entidad u organización, entre otros, tiene una connotación absolutamente positiva, dado que decir de alguien que se destaca por su transparencia está considerado como valor híper positivo porque está comprobada su honestidad y su lejanía respecto de la mentira.* (CONCEPTODEFINICION.DE, 2011)





- ✓ **Contravención:** *Se trata de una conducta transgresora, ejecutada por una persona o un grupo de personas que ponen en peligro algún bien público o privado, o que perturban la vida en sociedad. También puede ser denominada falta y es considerada de menor gravedad, por lo que se diferencia del delito.* (CONCEPTODEFINICION.DE, 2011)

Marco Normativo

Cumplimiento de la ley y políticas de la empresa

La Junta Directiva de CREARSOL para el cumplimiento del código de conducta y ético busca garantizar que se cuenten con los principios adecuados que permitan la revisión y mejora del código de conducta. Teniendo en cuenta los principios y valores de la empresa para evitar el incumplimiento del código. Es importante identificar cuáles son los valores, principios del código de conducta en qué modelo de gerencia se está guiando para saber la información con los que cuenta la empresa para saber cuales son los requisitos legales específicos que deberían ser tenidos en cuenta en su incumplimiento.

Para cumplir plenamente con el código.

-  Realizar sus labores con cuidado, diligencia, profesionalismo e integridad
 -  Poner en práctica las normas éticas
 -  Comportarse en todo momento de manera correcta
 -  Comportarse de forma coherente con el Código de Ética y Conducta
- Apoyar y animar a los demás a cumplir con el Código de Ética y Conducta

CREARSOL, para lo cual la empresa está en el deber de socializarlo y reflexionarlo periódicamente:

- Cuando ingrese el personal por primera vez.
- En reuniones de cada área.
- Cuando se considere necesario o cuando se presente alguna situación no ética.
- Informar acerca de cualquier comportamiento que sea contrario al Código de Ética y Conducta.

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

Tabla 2 Recursos Financieros y Decisiones de Inversión Objeto del Código de Conducta

ACTIVIDAD	FACILITADOR	CANTIDAD DE TIEMPO	COSTO POR HORA	TOTAL
Capacitación Tema Ético	Asesor Externo	24 Horas	5000	120000
Elaboración Borrador Del Código	Equipo Dinamizador			
Revisión Del Código	Asesor Jurídico	5 Horas	10000	50000
Aprobación Del Código	Gerente General			
Lanzamiento Y Entrega Del Código	Equipo Dinamizador			
Subtotal				170000
		Cantidad	Valor Unitario	
Códigos Éticos Impresos		50	8000	400000
Afiches		5	10000	50000
Logística		1	80000	80000
Invitación Lanzamiento		100	1500	150000
Refrigerios		120	3000	360000
Decoración		20	2000	40000
Subtotal				1080000
Total				\$1250000

Fuente: Elaboración Propia

4. Stakeholders

4.1. Breve descripción de los Stakeholders

Podemos decir que los Stakeholders son los aliados estratégicos como base fundamental para el éxito de las empresas. Por tal razón estos son importantes debido a que las actividades que se realizan allí impactan económica, ambiental y socialmente para tener en cuenta a la hora de tomar una decisión. En estos grupos podemos contar a los empleados, proveedores, accionistas, la comunidad y la sociedad en general.

Además participan actores claves y grupos sociales que de una manera u otra están involucrados directa o indirectamente.

4.2. Mapa genérico seleccionado con la respectiva explicación ampliada

Actores de la empresa

Internos: Son aquellas personas o grupos que son esenciales para el funcionamiento de la empresa, el nivel de influencia de estos Stakeholders es mucho mayor que el de los actores externos.

1. Propietario (Juan Gómez Martínez)
2. Gerente (Encargado de que la empresa funcione de la mejor manera)
3. Trabajadores (Personas encargadas de desempeñar funciones como: Atención al cliente, secretaria, instalación de equipos, mantenimiento, servicios generales)

Externos: Este grupo de interés no está directamente relacionado con la empresa, su nivel de influencia es menor, pero no por ello están ajenos de ser impactados por la toma de decisiones de CREARSOL.

4. Clientes (Hogares y Personas Naturales, empresas)
5. Medio Ambiente (Secretaría de Desarrollo rural y de ambiente)
6. Proveedores ((1. Unilago Tecnología e Innovación, Bogotá. 2. Claro)
7. Comunidad cercana: Vecinos barrio Rincón del Zipa (Zipaquirá –Cundinamarca)
8. Competidores: Difudatos SAS, Zuma comunicaciones, Multivisión.

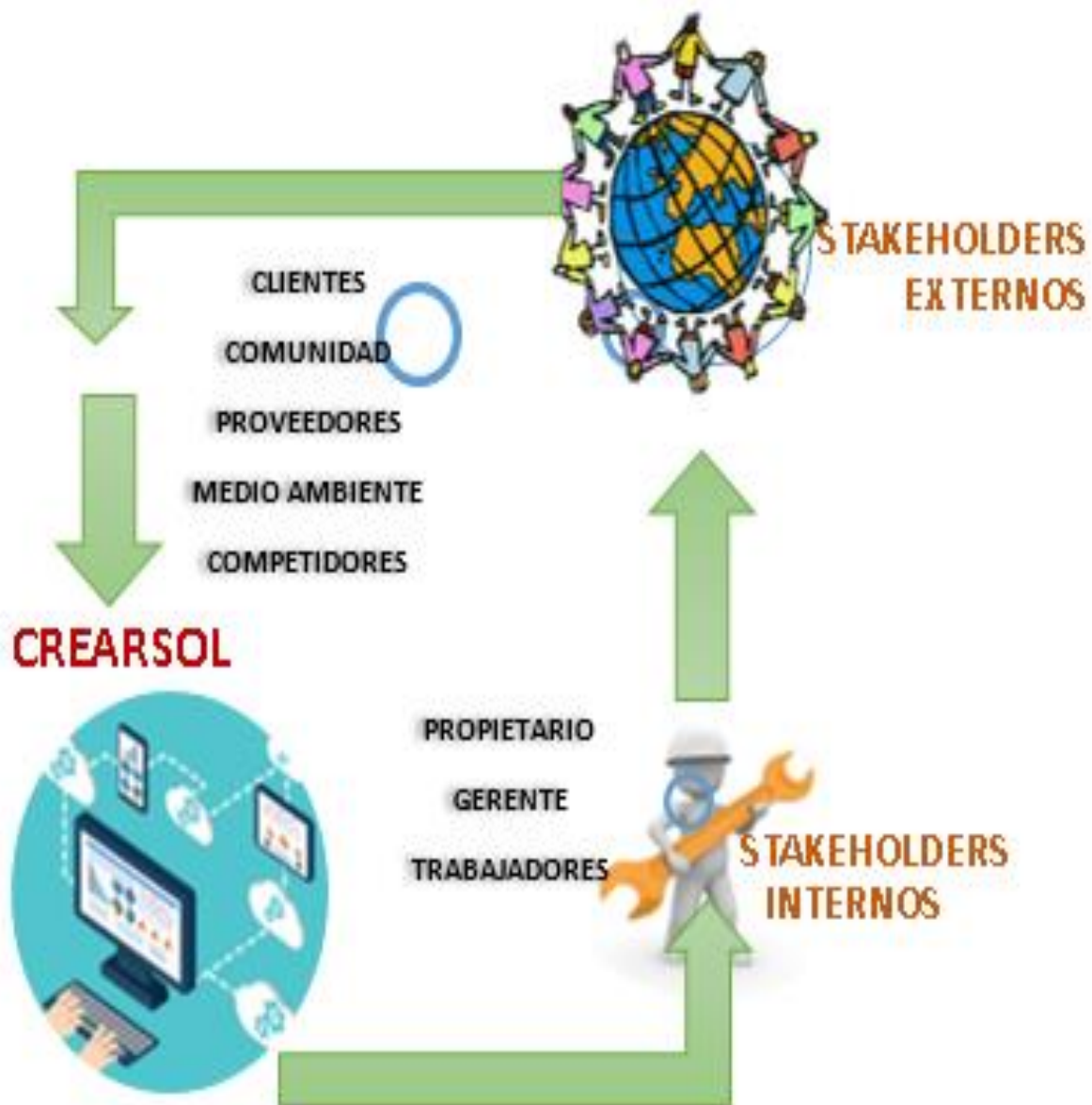


Ilustración 1 Mapa genérico seleccionado

Fuente: Elaboración propia

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

MATRIZ DE INFLUENCIA/IMPACTO

Crearsol- Stakeholders (Actores internos y externos)

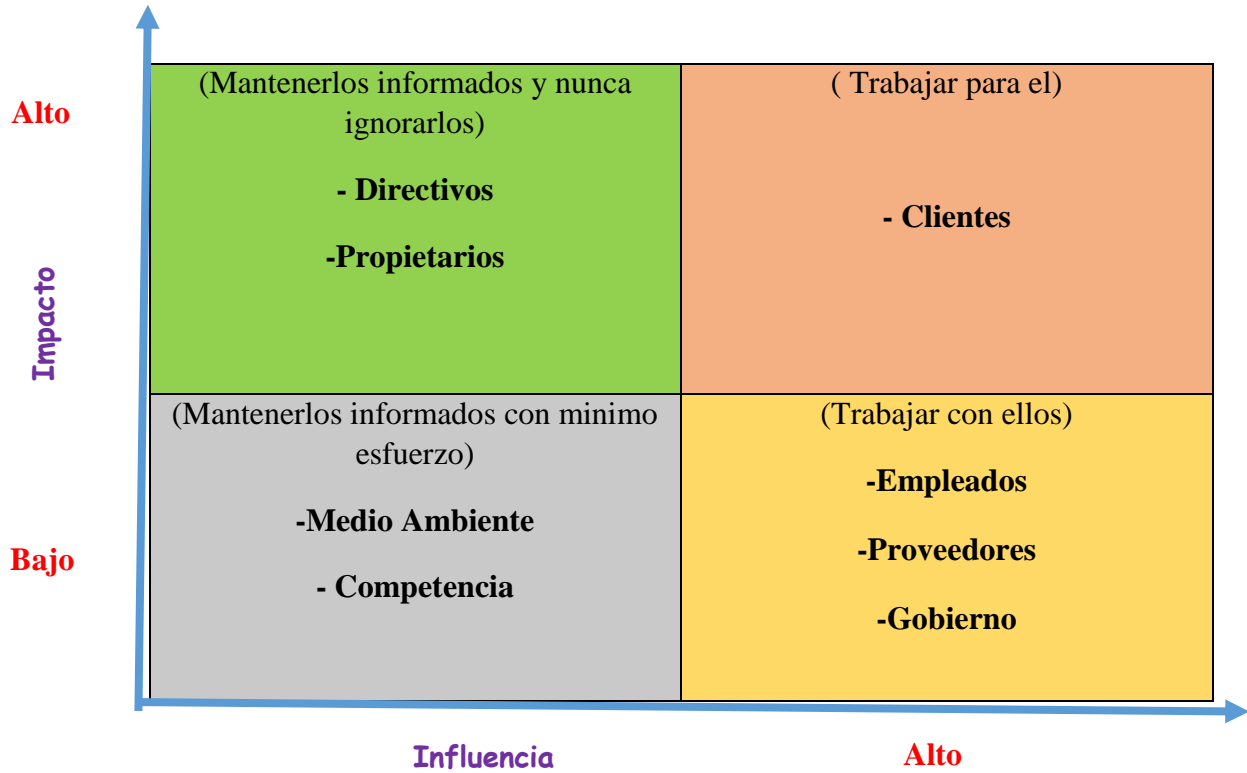


Ilustración 2 Matriz de Relaciones (Influencia vs. Impacto) entre la empresa seleccionada y los Stakeholders

Fuente: Elaboración Propia

5. Plan de responsabilidad social empresarial

5.1. Plan de responsabilidad social empresarial

Tabla 3 Plan de responsabilidad Social Empresarial

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EMPRESA CREARSOL							
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económica	Clientes	Mejorar la calidad del servicio prestado	<p>Resolver las quejas de los clientes con el fin de prestar un mejor y adecuado servicio y así lograr un alto nivel de posicionamiento en el mercado.</p> <p>Atender las sugerencias presentadas por los usuarios con el fin de satisfacer y resolver sus necesidades.</p>	Diario	Gerente Personal técnico encargado	Número de quejas o sugerencias resueltas. recibidas/ Número de quejas o sugerencias X100	Mensual

Social	Empleados	Proteger la salud de los empleados de CREARSOL a través de la implementación de Políticas de Prevención de Riesgos Profesionales.	Implementar una Política de Riesgos Profesionales para promover una mejora continua de las condiciones de trabajo de cada uno de los empleados de la organización.	2 meses	Gerente	N° de actividades implementadas de salud ocupacional /N° de actividades realizadas de salud ocupacional X 100	Mensual
					A través de la ARL que tenga CREARSOL.		
Ambiental	Empleados	Establecer prácticas sustentables dentro de la empresa para contribuir con el uso eficiente de los recursos y así reducir el impacto ambiental que esta pueda causar en el entorno.	Realizar e implementar prácticas sustentables dentro de la empresa con el fin de impulsar la competitividad en el medio de la prestación de servicios.	1 mes	Gerente	N° de actividades medioambientales implementadas/N° de actividades medioambientales ejecutadas X 100	Mensual
	Propietario						
	Directivos						
	Proveedores				Secretaría del Medio Ambiente		

Fuente: Elaboración Propia

5.2. Plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholders)

Tabla 4 Plan de Comunicaciones

PLAN DE COMUNICACIONES			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económica	Propietario: Juan Gómez Martínez	Semanalmente	Correo electrónico
	Proveedores: 1. Unilago Tecnología e Innovación, Bogotá. 2. Claro	Mensualmente	Boletines por correo electrónico
	Directivos: Gerente, Administrador y contador	Quincenalmente	Reuniones, Boletines por correo electrónico.
	Clientes: jóvenes, adultos, empresas, colegios, universidades, sector salud, Alcaldía, entre otros	Mensualmente	Página Web de CREARSOL: http://www.crearsol.com E-mail: crearsol@gmail.com Línea de atención cliente: 3212881015
Social	Empleados: 8 empleados	Quincenalmente	Boletín Informativo electrónico, reuniones de equipo. Código de conducta de CREARSOL.
	Comunidad: Vecinos barrio Rincón del Zipa (Zipaquirá – Cundinamarca)	Trimestralmente	Volantes informativos, cartelera en instalaciones de CREARSOL.
Ambiental	Secretaría de Desarrollo Rural y de ambiente Zipaquirá	Semestralmente	Reuniones

Fuente: Elaboración Propia

5.3. Modelo de informe de gestión recomendado

El modelo de informe de gestión que se ajusta al plan propuesto es el GRI, ya que aquí se muestran los resultados de los esfuerzos que ha hecho la empresa por implementar y aplicar políticas de responsabilidad social corporativa en los sectores económico, social y ambiental.

Global Reporting Initiative (GRI), es una organización que impulsa la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, en donde se incluyen los principios e indicadores que las empresas pueden usar para medir y dar a conocer su desempeño en el ámbito económico, ambiental y social.

Para la elaboración de informes con los estándares GRI, el principal objetivo es tener un control de la información acerca de las contribuciones positivas y negativas para el desarrollo sostenibles de la empresa. Aportando una perspectiva general y equilibrada de los temas materiales de la organización, de los impactos relacionados y como se están gestionando para dar un buen uso para presentar una información específica al final.

6. Conclusiones

- Como resultado del trabajo presentado, es posible concluir la importancia que tiene la implementación de un plan de responsabilidad social empresarial para una organización ya que esta estrategia genera una ventaja competitiva, a través de la óptima utilización de los recursos que puede traducirse en una disminución de costos, un adecuado manejo de programas que promuevan el bienestar de los colaboradores, logrando que los clientes internos tengan un mayor compromiso y sentido de pertenencia hacia la empresa.
- Por otro lado, con el objetivo fortalecer la cultura ética de una compañía, es necesario elaborar un código de conducta para guiar la toma de decisiones e indica cómo deben relacionarse cada una de las personas tanto interna como externamente.
- Se comprendió que existen herramientas y conceptos básicos sobre responsabilidad social empresarial que permiten proponer estrategias y metodologías que admitan la incorporación de esta en la toma de decisiones con alcance social, económico y ambiental necesarios para la construcción futura de la sostenibilidad global.

7. Bibliografía

- Alonso, M. ((2006)). *Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en españa.* (pp. 26-36). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.10566108&lang=es&site=eds-live>.
- Braidot, N. (2014). *Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement.* (pp. 28-35, 431-473). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=10&docID=3224821&tm=1510419158573>
- Córdoba, M. (2014). *Análisis financiero.* (pp. 90-94). Bogotá, Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4870512&tm=1511189149110>
- Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). *La administración pública de la responsabilidad social corporativa.* Capítulo 2. (pp.16-20). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>
- De paula, G. f. ((2006)). *Gobernabilidad cororativa, responsabilidad social y estrategias empresariales* (p. 22-46). CEPAL: Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1942/1/S309213P324_es.pdf.
- Fernández, R. (2010Responsa). *bilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial.* Editorial ECU. (pp. 193-225). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>
- Fernandez, R. ((2010)). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial.* Editorial ECU (pp. 193-228). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>.

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 125-192, 237-246, 259-266). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds>

Ibarra, A. ((2014)). Principios de la responsabilidad social empresarial del ordenamiento juridico colombiano. Revista de derecho. 841), (pp. 51-82). Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&tlng=es.

Malfitano, C. Arteaga, R. & Romano, S. (2007). Neuromarketing: cerebrando negocios y servicios, capítulo 9. (pp. 244-245). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3186030&pg=1>

Manual de procedimientos CREARSOL S.A.S.; Juan Gregorio Gómez Martínez

Paramo, D. ((2016)). Una aproximacion al marketing Social. Pensamiento & gestion. (pp.vii-xii). <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=122029607&lang=es&site=eds-live>

Schwalb, M. &. ((2013)). Dimensiones de la responsabilidad social del marketing. Utopia y Praxis Latinoamerica, 18(63), (pp. 434-456). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=108747713&lang=es&site=eds-live>.

Anexo

Enlace del vídeo que fue subido a YouTube <https://www.powtoon.com/c/fIDzGdG9hNH/1/m>