

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, COMFACESAR

LINA JOHANA NOVA NUÑEZ

GREY CAROLINA BRITO

GERMAN BOHORQUEZ

ANDRES MAURICIO TORRES

YESICA RODRIGUEZ MORENO

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES,

ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS ECACEN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIALEMPRESARIAL**

JUNIO -2018

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, COMFACESAR

LINA JOHANA NOVA NUÑEZ COD.1.053.585.385

GREY CAROLINA BRITO COD. 1.118.818.452

GERMAN BOHORQUEZ COD. 7.167.998

ANDRES MAURICIO TORRES COD. 12.647.253

YESICA RODRIGUEZ MORENO COD. 36.724.946

GRUPO: 101008_1

TUTOR

FAIBER ALEXIS BENAVIDES ALBA

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES,

ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS ECACEN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIALEMPRESARIAL**

JUNIO -2018

Tabla de contenido

Resumen	7
Palabras claves.....	7
Introducción.....	9
Objetivos.....	10
Objetivos Generales.....	10
Objetivos Específicos	10
1. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa COMFACESAR	11
1.1. Caja de compensación familiar del César (Direccionamiento estratégico)	11
Misión.....	11
Visión	11
Valores Corporativos.....	11
1.2 Formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada	12
1.3 Justificación sobre la necesidad de elaborar un plan de responsabilidad empresarial para comfacesar	15
2. Código de Conducta	17
2.1 Modelo Gerencial:	17
2.2 Guía e iniciativa mundial:	17
Camino hacia la calidad:.....	17
Calidad en alimentos	17
Selección y contratación:.....	17
Condiciones laborales.....	18
Medio ambiente:	18
Comunidad:	18
Transparencia financiera:	18
Decisión de la alta gerencia:.....	18
¿A quién aplica?	19
Conformación de equipo:	19
Instancias de sensibilización y participación:.....	19
Recopilación de insumos y redacción provisora	19
Consultas multisectoriales	20

Consulta a peritos	20
2.3 Código de conducta COMFACESAR	20
Contenido conducta comfacesar:.....	20
Conflicto de intereses	20
Protección de la información:.....	21
Negociaciones:.....	21
Confidencialidad empresarial:.....	21
Conducta interna:.....	21
Favores comerciales.	21
Los riesgos.....	22
Contravenciones	22
Negociaciones.....	23
Uso de la información de la empresa.....	23
2.4 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta	24
Comunicaciones estratégicas.....	24
Cultura, social y religión	24
2.5 Glosario	25
Marco Normativo	25
3. Stakeholders	26
3.1 Descripción de los Stakeholders.....	26
3. Plan de Responsabilidad Social Empresarial	36
4.3. Modelo de informe de gestión recomendado	42
Conclusiones.....	43
Referencias bibliográficas	44

Lista de tablas

Tabla 1. Evaluación de la empresa Caja de Compensación Familiar del Cesar.....	10
Tabla 2. Explicación Stakeholders.....	32
Tabla 3. Resultados.....	34
Tabla 4. Matriz de relaciones.....	35
Tabla 5. Plan de responsabilidad Social empresarial Comfacesar.....	36
Tabla 6. Plan de comunicación Comfacesar.....	37

Lista de figuras

Gráfica 1. Stakeholders seleccionado.....	27
Gráfica 2. Matriz de relaciones.....	29

Resumen

La responsabilidad social que adquieren en la empresa COMFACESAR, va junto al compromiso de contribuir con el desarrollo económico sostenible, trabajando de la mano con los empleados, las familias vinculadas a la empresa, la comunidad local y la sociedad en general conformando un conjunto importante por el cual esta entidad busca mejorar su calidad de vida de manera que sea en beneficio para ambos y su desarrollo.

Cuando las empresas involucran la Responsabilidad Social Empresarial a sus planes de acción, están indicando que se preocupan por establecer una relación recíproca entre la empresa y la comunidad en general, quienes a su parte se benefician por la labor que realizan.

Palabras claves

Empresa, Corporación, Responsabilidad Social, Servicios, Desarrollo.

Abstract

The social responsibility they acquire in the COMFACESAR company goes hand in hand with the commitment to contribute to sustainable economic development, working hand in hand with employees, families linked to the company, the local community and society in general forming a group important for which this entity seeks to improve their quality of life in a way that is beneficial to both and their development.

When companies involve Corporate Social Responsibility in their action plans, they are indicating that they are concerned with establishing a reciprocal relationship between the company and the community in general, who benefit from the work they do.

Keywords

Company, Corporation, Social Responsibility, Services, Development

Introducción

El aprendizaje práctico de los elementos que involucra el desarrollo de la gerencia estratégica y la responsabilidad social empresarial, se analizan tomando como referencia ejemplos, propios, integrando las dimensiones económicas, sociales y ambientales de la empresa, identificando problemas en cada uno de ellos, visualizando los posibles impactos que estarían generando, dándole consideración del nivel de importancia, permitiendo plantear una estrategia para dar solución a estos, en este sentido se realizaron aportes de los diferentes compañeros sobre la problemática.

La Responsabilidad Social Empresarial se genera de acuerdo a la ejecución de las diferentes actividades a que se dedique la empresa y al compromiso de cada uno de los colaboradores y directivos de esta misma entidad. Teniendo en cuenta que, se debe estar a la par con el desarrollo social, económico, financiero y cultural, creando productos y servicios innovadores que lleven a satisfacer las necesidades de la sociedad.

Su gran importancia radica en que las empresas actuales se involucran un poco más y de manera muy activa con las diferentes causas que apoyan por medio de proyectos que emprenden en pro del beneficio de la sociedad.

En los últimos tiempos el nivel de exigencia y ello ha provocado grandes cambios que enriquecen a ambas partes, ya que se trabaja en favor de todos; existe una relación que permite mejorar cada día para mantenerse en el mercado con clientes satisfechos, por los productos que ofrece y los servicios que presta; se debe trabajar por una inclusión social de la que todos hagan parte.

Objetivos

Objetivos Generales

- ✓ Elaborar el plan de responsabilidad social para empresa COMFACESAR, como estrategia de sostenibilidad y sentido de pertenencia de la organización con compromiso social, medio ambiente y empresarial.

Objetivos Específicos

- ✓ Determinar el Plan de Responsabilidad Social identificando necesidades (internas y externas) según tamaño, ámbito de actuación y actividad en que se relaciona la empresa.
- ✓ Clasificar los grupos de interés según su impacto e influencia, y sea pertinente para organización positiva y negativamente.
- ✓ Analizar y documentar información relevante al interés de la organización y su posible impacto en el plan de responsabilidad social.

1. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa COMFACESAR

1.1.Caja de compensación familiar del César (Direccionamiento estratégico)

La Caja De Compensación Familiar del Cesar (COMFACESAR) la cual está en un crecimiento moderado como prestadora de servicios familiares, hotelería, restaurante, lugares de recreación familiar, gimnasios, medicina adscrita como también de subsidios de vivienda, servicios educativos y crédito a sus afiliados, la cual me permite llevar una cercana relación de información por el aspecto espacial y temporal. (COMFACESAR, 2018)

Misión

Generamos impacto social sostenible

Proporcionar servicios Integrales y Competitivos para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los afiliados y la comunidad, con responsabilidad social; aportando al desarrollo regional (COMFACESAR, 2018).

Visión

Ser el actor social que transforme vida para las personas y afiliados, expresando; ser líder en servicios y negocios de calidad, sostenibles, rentables y competitivos, con un talento humano calificado y comprometido (COMFACESAR, 2018)

Valores Corporativos

Responsabilidad: mantenemos un alto grado de compromiso en el cumplimiento de los objetivos y con la excelencia operacional

Respeto: respetamos las cualidades y derechos de los demás

Integridad: actuamos de forma transparente siendo coherentes con lo que pensamos, decimos y hacemos

Trabajo en equipo: Unimos esfuerzos para el logro de los objetivos

Pasión por el servicio innovador: siempre estamos dispuestos a prestar un servicio oportuno, innovador y de calidad que contribuya al bienestar de la sociedad

Educación: integralidad, pertinencia y calidad

Salud: servicio humanizado, oportuno y a bajo costo

Recreación y deportes: entretenimiento y cultura para todos

Agencia de empleo: gestionamos con transparencia el mejor talento humano para las empresas

Turismo: ofertas innovadoras especializadas

1.2 Formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada

Tabla 1. Evaluación de la empresa Caja de Compensación Familiar del Cesar

	PROBLEMA	IMPACTO	PRIORIDAD
ECONOMICO	INTERNO: Régimen aplicable	Un problema interno fundamental de las cajas de compensación familiar existente es la dificultad de expansión por la normatividad vigente aplicable la cual solo le permite ejercer de forma directa la prestación de ciertos servicios y en otros facultades no se le permite por la cantidad de impuestos y las trabas que se le imponen para su desarrollo	Media
	EXTERNO: Competencia desleal	Dentro de las cajas de compensación familiar existe una disputa sucia, la cual afecta directamente la economía de las mismas al ejercer prácticas desleales como; el no permitir el respectivo traslado de una caja a otra lo cual recibe cientos de quejas ante la superintendencia de subsidio familiar. Esta práctica ilegal como lo expresa la ley 256 de 1996 afecta la economía de COMFACESAR al restringírsele ingresos de forma directa	Alta
SOCIAL	INTERNO: Descentralización administrativa	COMFACESAR al prestar gran cantidad de servicios a la comunidad como los de salud y recreación delega muchas funciones a terceros los cuales no prestan un servicio adecuado en diversas ocasiones, por la pérdida de tiempo, aseo, alimentos en mal estado entre otras por tal motivo debería ejercer mayor control y vigilancia para no afectar a la sociedad afiliada que recibe los servicios	Alta
	EXTERNO: Inversión de los afiliados	Cabe recalcar que como empresa con sentido familiar, COMFACESAR debe llevar a cabo procesos que beneficien a esta comunidad pero en ciertos aspectos no tiene en cuenta que la mayoría de sus afiliados devengan 1 SMLMV el cual no soporta muchas necesidades, a contrario sensu ésta empresa maneja precios poco accesibles a esta comunidad y hasta los que devengan de 2 a 3 SMLMV se ven en apuros para poder pagar costos elevados. lo cual afecta socialmente al no poder utilizar todos esos servicios que contribuyen al desarrollo social de las familias	Media

AMBIENTAL	INTERNO: Desechos	Al contar con muchas sedes como recreacionales cerca de ríos, educativas, deportivas y sociales a las cuales asisten cientos de personas diariamente se debe utilizar un mejor esquema de recolección, manipulación y almacenamiento de residuos hasta cuando sea recogido por el servicio de aseo público para no afectar a los asociados, vecinos colindantes y hasta trabajadores	Media
	EXTERNO: El desgaste de servicios públicos por los usuarios y hasta los empleados	Una problemática presente en COMFACESAR al contar con centros recreacionales es el desperdicio continuo y constante de agua, por otra parte al tener entidades educativas y administrativas se hace un desgaste constante de energía eléctrica por tal motivo se deberían utilizar mecanismos para proteger el medio ambiente como: energía solar, bombillas ahorradoras, reutilización de líquido en el riego de las instalaciones y desarrollo de capacitaciones a trabajadores y afiliados para el cuidado del medio ambiente todo esto por la utilización de los usuarios de la caja de compensación familiar.	Media

Fuente: Elaboración Propia

1.3 Justificación sobre la necesidad de elaborar un plan de responsabilidad empresarial para comfacesar

De acuerdo a los aspectos básicos que pertenecen a las cajas de compensación familiar en el caso particular COMFACESAR, se debe hacer un plan de responsabilidad empresarial ya que existen causales inherentes y de suma importancia como se demostró en el formato de evaluación empresarial (paso 3), identificando problemáticas que pueden afectar a la empresa al no saber llevar a cabo procesos de protección al medio ambiente, a la economía y a la sociedad usuaria y en general, en consecuencia dispongo que se necesita establecer el plan mencionado para lograr disminuir las afectaciones mencionadas o extinguirlas.

En el aspecto económico existen dos causales que afectan de forma el desarrollo directo de la empresa, en el primero; Régimen aplicable, es de acuerdo a la norma legal facilitista a esta clase de empresas ley 21 de 1982 por que permite el desarrollo multiactivo de actividades de comercio artículo 20 del c. comercio de Colombia pero en el desarrollo de otras actividades como la creación de fondos pensionales y cesantías establece montos exorbitantes de dinero para avalar su creación y desarrollo en lo mismo lo cual es casi que inadmisibles para estas empresas. En el segundo aspecto económico la competencia desleal acusada ya en medios de comunicación afecta de forma directa la inclusión externa de usuarios al no permitírsele el traslado por otras cajas de compensación familiar, en consecuencia, se debe acudir a entidades como la superintendencia de subsidio familiar

En el espectro social la descentralización administrativa es hoy en día en desarrollo constitucional y empresarial un fundamento inherente e inalienable por medio del cual en varias ocasiones afecta los servicios prestados a la comunidad, como en el caso de los restaurantes adscritos en los cuales se ha llegado a servir comida con defectuosa presentación y en estados de cuasi descomposición, de igual modo las bañeras son lavadas extemporáneamente y la solución inadecuada es la intromisión de cantidades de cloro lo cual afecta la piel de la sociedad bañista entre otros casos, en el aspecto siguiente; referente a la inversión de los afiliados se ve afectada de manera directa por que en casos como en los centros de recreación los precios de los alimentos y servicios es muy costosa lo cual aleja la inversión de la comunidad afiliada, es decir, no invierte y el caso concreto es que los usuarios en gran mayoría devenga 1 SMLMV y otra parte de 2 a 3 y hasta 4 SMLMV la

cual es minoritaria en tal caso, se afecta la inversión y la prestación de servicios a la comunidad beneficiada.

Continuando con la justificación también se encuentra que de acuerdo a la causa ambiental existen dos problemas existen los desechos que en el caso de COMFACESAR no cuenta con un sistema de recolección, manipulación y almacenamiento de residuos los cuales se aglomeran en partes externa o en recipientes a la vista que despiden ciertos olores nauseabundos, por otra parte muchos recipientes van a parar a fuentes hídrica naturales o artificiales, lo cual merece una intervención directa y por otra parte el uso de desgaste de servicios públicos por parte de los usuarios y hasta trabajadores afecta de forma directa el medio ambiente y el desarrollo sostenible, en concordancia, deberían plantearse mecanismos para el menos uso de energía eléctrica en las sedes administrativas y prestadoras de servicios educativos como por otra parte buscar la reutilización del agua en los riegos en los centros recreacionales ya que mucha agua se desperdicia de forma inadecuada por el uso de las piscinas, baños, lagos y arroyos artificiales.

En conclusión, COMFACESAR necesita de forma urgente un plan de responsabilidad empresarial con el cual se coadyuve a la protección del medio ambiente, el desarrollo económico de la empresa y el de la sociedad mancomunadamente.

2. Código de Conducta

2.1 Modelo Gerencial:

Nuestro modelo a emplear es un modelo de INCLUSION, en identificar las necesidades y oportunidades que ofrece nuestro entorno recopilando y analizando información pertinente (interna y externa) que permita la toma de decisiones, con el fin de evaluar la situación presente de COMFACESAR y desarrollar condiciones de competitividad actuales del mercado.

2.2 Guía e iniciativa mundial:

COMFACESAR, está comprometido con estándares en aspectos de negocios, internacionales promulgados en el pacto global de las naciones unidas en aspectos de negocios, conducta ética, respeto por los derechos humanos y medio ambiente. Estos compromisos reflejan el actuar de nuestra organización en forma responsable, ética y legal.

Camino hacia la calidad:

Nuestra organización trabaja por mejorar nuestros procesos comprometiendo a todos por igual, mediante el ofrecimiento a nuestros clientes internos y externos una excelente calidad de nuestros servicios.

Calidad en alimentos

Nuestros proveedores cumplirán con la calidad de alimentos, materias primas, insumos y servicios de acuerdo con nuestras normas legales.

Selección y contratación:

Nuestra selección de nuestra gente y proveedores se basará en reclutamiento que ofrece nuestro mercado de acuerdo con los perfiles para cada cargo a seleccionar.

Se elegirán proveedores legalmente constituidos que den cumplimiento a nuestras exigencias y normas legales.

Condiciones laborales

- Cumplir normas laborales: Jornada laboral, pago de salarios justos y prestaciones sociales, afiliación al sistema de seguridad.
- Libertad de asociación
- No emplear mano de obra infantil.
- Respeto a la igualdad de: género, raza, religión, orientación social.

Medio ambiente:

Cumplimiento de normas ambientales, buscando minimizar impacto ambiental gestionando recursos en aplicación de sistemas de control y prevención.

Difundir conciencia ambiental a nuestros trabajadores y clientes incrementando auditorias medioambientales y gestión de riesgos.

Comunidad:

COMFACESAR, reconoce la necesidad de contribuir al bienestar de nuestros usuarios y comunidad en general desarrollando planes de acción e inclusión en los diferentes procesos, que promueven oportunidades con criterios objetivos y transparencia.

Transparencia financiera:

COMFACESAR, cumplirá estrictamente con las leyes y regulaciones en información contable que proporcionan nuestras sedes, que usara para la toma de decisiones adecuadas. La transparencia y confidencialidad de nuestra información estarán protegidas al igual toda transacción comercial deberá se auditada verificada con soportes de acuerdos a los procedimientos de COMFACESAR.

Decisión de la alta gerencia:

La Caja De Compensación Familiar del Cesar (COMFACESAR), es una organización prestadora de servicios familiares, hotelería, restaurante, lugares de recreación familiar, gimnasios, medicina adscrita como también de subsidios de vivienda, servicios educativos y crédito a sus afiliados; Estamos comprometidos a satisfacer y gestionar procesos que

benefician a nuestra comunidad, colaboradores y organizaciones, para ello se construirá un sistema integrado de gestión para ello:

- Promover una cultura organizacional
- Satisfacer necesidades y expectativas de nuestros procesos y servicios.
- Promover la protección del medio ambiente, uso de nuestros recursos, residuos y procesos.

¿A quién aplica?

El código de conducta son principios que guían y regulan procedimientos de comportamiento de trabajadores de comfacerar en nuestro actuar diario, respetando normas leyes en una forma transparente.

Conformación de equipo:

Instancias de sensibilización y participación:

En la empresa se manejan procesos en los cuales la sensibilización y la participación juegan un papel muy importante, ya que la empresa está muy comprometida con el mejoramiento continuo, por lo cual lanzó un proyecto basado en la Actualización de riesgos, Sensibilización de mejoramiento y Análisis de contexto interno y externo; este proyecto con el fin de abordar los riesgos de los diferentes procesos, las nuevas tendencias y metodologías a emplear y de la misma forma ver los logros obtenidos.

Recopilación de insumos y redacción provisora

La caja de compensación del César COMFACESAR, muestra un soporte significativo a una población en específica, brindando apoyo el Servicio Público de Empleo (SPE), mediante una capacitación que se le brindo a las mujeres de la población de Aguachica y certificándolas en su área estudiada, dando así por realizado un proyecto productivo donando máquinas de coser e insumos.

Consultas multisectoriales

La caja de compensación del César COMFACESAR, cuenta con un sistema de consultas propio el cual es dirigido por personas capacitadas en las diferentes áreas en las cuales tanto empleados o clientes sean internos o externos puedan realizar dichas consultas.

Consulta a peritos

La empresa cuenta con personal capacitado en sus diferentes áreas con el fin de mantener calidad, eficiencia para responder cualquier inquietud o problemática que se llegue a presentar dentro de la compañía.

2.3 Código de conducta COMFACESAR

Contenido conducta comfacesar:

El presente código de conducta pretende dar guía a nuestra organización, funcionarios, como un instrumento que permita el cumplimiento de la visión, misión y objeto social.

Nuestro código define nuestro compromiso de respetar los principios éticos (Estado, comunidad y organizaciones adscritas).

La redacción del mismo nos da mecanismos comunes y normas que comfacesar se responsabiliza para su cumplimiento.

Conflicto de intereses

Se presentará conflicto de intereses cuando este influye en el buen funcionamiento de nuestros procesos directos o indirectos, para ello.

- Tener información económica de empleados, esposa o compañera permanente, Segundo grado de consanguinidad, cuando un empleado sea responsable de una actividad comercial.
- Realizar negocios personales, descuentos sin autorización de la organización.

- Tener relación con un empleado cuando él tenga la responsabilidad de ser objetiva en una actividad comercial.

Protección de la información:

Toda información que se entrega y comparte es de uso exclusivo de COMFACESAR, es de carácter reservado y solo podrá ser autorizado por la misma para ello:

- Se solicitará firma de todos los miembros de la organización en un acuerdo de confidencialidad.
- Creación de la línea ética para reportar conductas que estén en contra de la organización.

Negociaciones:

Los miembros de la organización deben evitar actividades ilegales, que atente con el buen nombre de comfacesar, cualquier procedimiento legal o investigación concerniente a negocios de la organización debe contactar inmediatamente al departamento legal de COMFACESAR.

Confidencialidad empresarial:

Cualquier miembro que posea información confidencial de comfacesar, no podrá participar y divulgar en comprar o vender bienes o servicios, utilizando dicha información para su propio beneficio o terceros. Cualquier incumplimiento el empleado se expondrá penas civiles y criminales.

Conducta interna:

Todas las relaciones entre directores, Gerentes y empleados de las diferentes áreas deben ser utilizadas en forma respetosa, confiable, cooperación mutua y honestidad de sus miembros. Debemos abrir canales de comunicación de forma directa, fomentaremos participación, respeto a la opinión.

Favores comerciales.

Nuestros empleados no deben solicitar beneficios a nuestro cliente y proveedores que influyan a la toma decisiones que atenten con los principios éticos de comfacesar.

Los riesgos

La Empresa observa que por el desarrollo de sus actividades conlleva la ocurrencia de riesgos por lo cual se compromete a adoptar mecanismos para crear una cultura y una gestión integral de riesgos que minimice el impacto de las decisiones que toma la empresa frente a su responsabilidad respecto de los grupos de referencia e interés.

Reforma del código de conducta

Se tendrá en cuenta que el Código de conducta podrá ser modificado por decisión del Consejo Directivo adoptada con voto favorable de seis (6) de sus miembros con derecho a voto, debiendo informar a la Asamblea General de Afiliados, durante las reuniones ordinarias, los cambios introducidos, los cuales sólo regirán con efectos a futuro, después de su aceptación.

Contravenciones

Por el **Decreto**

No. 2463 DE 1981 (septiembre 8)

Por el cual se determina el Régimen de inhabilidades, Incompatibles y responsabilidades de los Funcionarios de las cajas de compensación familiar Y de las asociaciones de cajas y de los miembros de sus Organismos de dirección, administración y fiscalización.

El **artículo 8** contempla:

Artículo 8. Constituye causal de nulidad la celebración de actos o contratos en contravención a los artículos 6 y 7, Los funcionarios que en ellos intervengan o permitan su ejecución serán sancionados por la respectiva caja o asociación de cajas con la pérdida del empleo, sin perjuicio de la responsabilidad civil o penal que pueda caber al infractor.

Artículo 6. Los miembros de los consejos o juntas directivas, revisores fiscales y funcionarios de las cajas y asociaciones de cajas no podrán, durante el ejercicio de sus funciones ni dentro del año siguiente a su cesación en las mismas, en relación con las entidades respectivas.

- Celebrar o ejecutar por sí o por interpuesta persona contrato o acto alguno.

- Gestionar negocios propios o ajenos, salvo cuando contra ellos se entablen acciones por la entidad a la cual sirven o han servido o se trate del cobro de prestaciones y salarios propios.
- Prestar servicios profesionales.
- Intervenir por ningún motivo y en ningún tiempo en negocios que hubieren conocido o adelantado durante su vinculación.

Las anteriores prohibiciones se extienden a las sociedades de personas, limitadas y de hecho de que el funcionario o cónyuge hagan parte y a las anónimas y comanditarias por acciones en que conjunta o separadamente tengan más del cuarenta por ciento del capital social.

Artículo 7. El cónyuge, los parientes dentro del segundo grado de consanguinidad, primero de afinidad y primero civil de los funcionarios a que se refiere la disposición

Precedente, así como quienes con tales funcionarios tengan asociación profesional, comunidad de oficina o sociedad de personas o limitada, quedan comprendidos dentro de las incompatibilidades contempladas en el artículo legal o en condiciones comunes al público.

Negociaciones

En la caja de compensación familiar COMFACESAR, se busca principalmente formar nuevos emprendedores, la compañía apoya a diferentes comunidades entre esas sus afiliados buscando en ellos habilidades que puedan desarrollar para así poder dar avance a los proyectos productivos como lo es un grupo de estudiantes de los cursos de gastronomía, manualidades, confecciones entre otros; mostrando así los diferentes Negocios en que invierte la caja de compensación familiar COMFACESAR.

Uso de la información de la empresa

Las personas que se encuentran vinculados en COMFACESAR se comprometen:

Al no utilizar la información de la empresa a beneficio propio, respetar los acuerdos de confidencialidad en las ejecuciones de contratos y convenios, los funcionarios de la Caja

informará a los superiores sobre algún problema interno o externo que pueda afectar a la institución de forma directa o indirecta, solo se suministrara información a los entes de control y vigilancia, o en caso que los directivos lo autorice, velaremos que la información suministrada por los afiliados y proveedores se conserve adecuadamente, lo anterior está sujeto a la Ley 1581 del 2012 y el decreto reglamentario 1377 del 2013 (www.constitucioncolombia.com, 2018).

2.4 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta Comunicaciones estratégicas

En el entendido de la importancia que a lo largo de los años ha promovido la articulación de recursos, esfuerzos y conocimientos en un mundo cada vez más interconectado, COMFACESAR de manera conjunta desde el año 2004 ha venido trabajando con diferentes aliados estratégicos del orden nacional e internacional.

Se han realizado más de 35 proyectos de cooperación representados en una inversión de más \$ 95.000 millones, que ha permitido mejorar la calidad de vida de las familias, aportando así con el desarrollo de la región.

Desde el año 2014 en COMFACESAR se crea la oficina de Alianzas Estratégicas con el objeto de potenciar la gestión de recursos y las relaciones directas con las fuentes cooperantes, a través de la identificación de convocatorias, lo anterior bajo las premisas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible - ODS - y siguiendo los principios establecidos por el Pacto Global.

Cultura, social y religión

Cultural: Actualmente la Caja de Compensación viene desarrollando el convenio de apoyo a actividades artísticas y culturales por medio del proyecto “Calendario Cultural Fundación Museo del Acordeón Fortaleciendo el Patrimonio Cultural del Vallenato”, evento avalado por el Ministerio de Cultura – Programa Nacional de Concertación Cultural, el cual tiene como propósito principal la transmisión del conocimiento, conforme a la declaración de la música vallenata de Colombia, como Patrimonio Cultural e Inmaterial de la Humanidad por parte de la UNESCO.

Social: COMFACESAR, trabajamos por mantener un enfoque que se basa en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente.

Religión: la Caja de compensación familiar del Cesar, promulga los principios de libertad de credo, contemplado en la constitución política nacional del artículo 19 “se garantiza la libertad de culto. Todas las personas tienen derecho a profesar libremente su religión y a difundirla en forma individual o colectiva”. (www.constitucioncolombia.com, 2018)

2.5 Glosario

Con el propósito de lograr un mayor entendimiento de este Código por parte de Directivos, y todas las personas vinculadas directa o indirectamente con COMFACESAR. Procederemos a precisar algunas definiciones:

Código de Conducta: Es un marco común de principios, valores, directrices, parámetros y mecanismos que orientan y pretenden fomentar entre los integrantes de la Caja una cultura organizacional eficiente de autorregulación y autocontrol y fundamental para la operación prudente de la entidad. (COMFACESAR, 2018)

Principios: Son las normas internas y creencias básicas sobre las formas correctas como debemos relacionarnos con los otros y con el mundo, desde las cuales se rige el sistema de valores que profesan las personas y los grupos. . (COMFACESAR, 2018)

Marco Normativo

LA Caja de Compensación Familiar del Cesar COMFACESAR, es una persona jurídica de derecho privado sin ánimo de lucro, organizada como Corporación cumpliendo funciones de seguridad social.

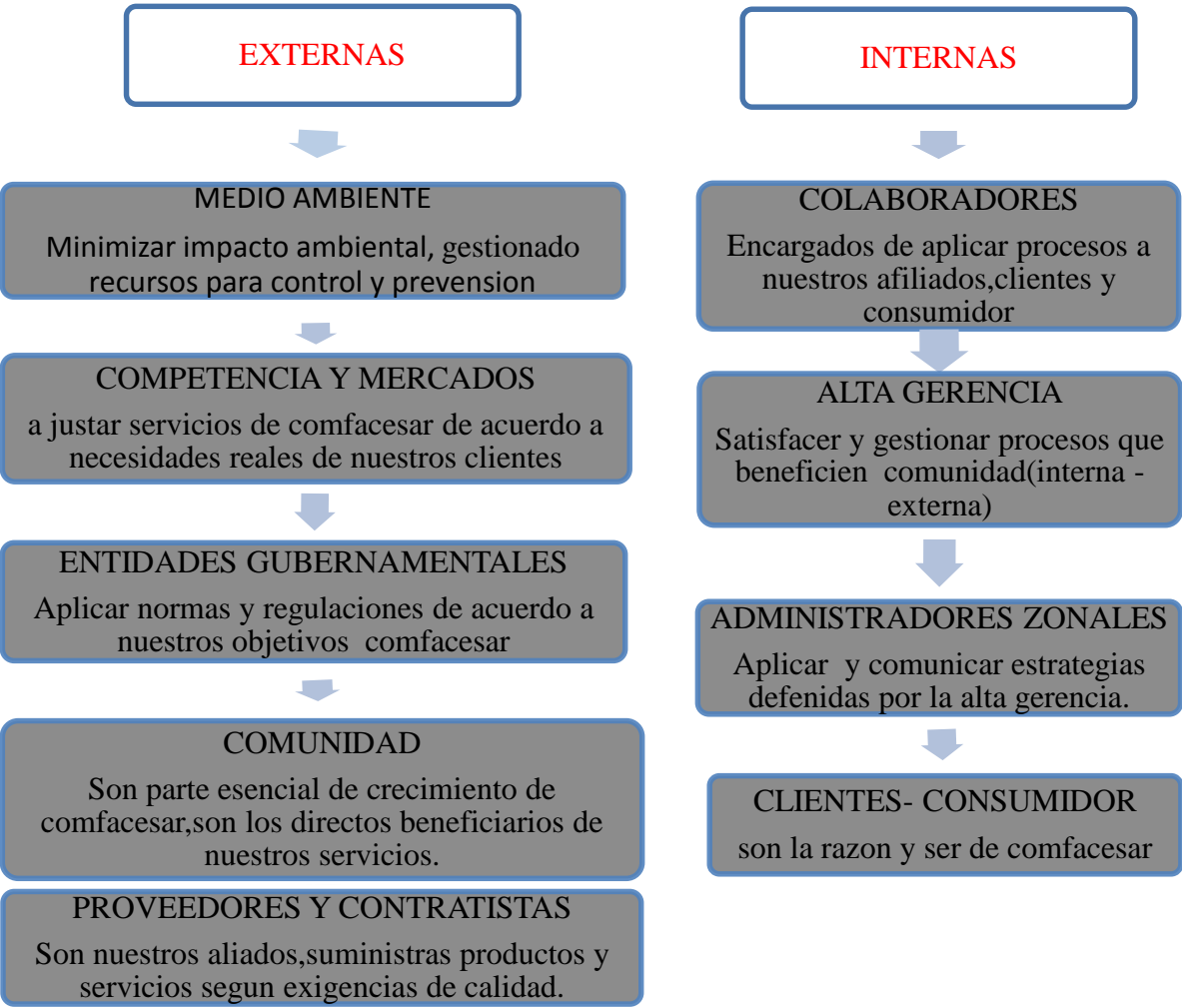
La cual, en afinidad con la constitución política, aplica una normatividad basada en la transparencia, los principios de los derechos privados, la dinámica empresarial, la naturaleza de la empresa y la dirección estratégica administrada por COMFACESAR. (COMFACESAR, 2018)

3. Stakeholders

3.1 Descripción de los Stakeholders

Son las personas y organizaciones como clientes, patrocinadores, organización ejecutante y el público, involucrados activamente en el proyecto, o cuyos intereses pueden verse afectados de manera positiva o negativa por la ejecución o conclusión del proyecto. También se les conoce como interesados, involucrados o actores del proyecto.

3.3 Stakeholder Seleccionado



Gráfica 1. Stakeholders seleccionado. Germán Bohórquez.

Tabla 2. Explicación Stakeholder

STAKEHOLDERS	ESPECIFICACIONES
MEDIO AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"> Gobernación de cesar. secretaria medio ambiente Valledupar.
COMPETENCIA Y MERCADOS	<ul style="list-style-type: none"> Cambios que se observan en diferentes cajas : Comfaboy (Boyacá), Comfenalco(Santander), Cafam(Bogotá).etc.
ENTIDADES GUBERNAMENTALES	<ul style="list-style-type: none"> Ministerio de Vivienda Alcaldía de Valledupar La Gobernación del Cesar
COMUNIDAD	<ul style="list-style-type: none"> Centro integral de servicios (afiliados y no afiliados), encargados de comunicar los programas que ofrece Comfacesar en todas sus áreas.
PROVEEDORES Y CONTRATISTAS	<p>PRODECO: Calidad de educación. NUTRESA: Productos secos de alimentos. ATL Innovaciones: Comunicaciones. EMDUPAR: Agencia de empleo.</p>
ALTA GERENCIA	<p>Gerente comfacesar: Ernesto Miguel Orozco. Gerente operador zona: Claudia Núñez Padilla</p>
ADMINISTRADORES ZONALES	<p>Centro integral de servicios Unidad integral de servicios la Divina Pastora Unidades integrales Crédito(afiliados) Centro de recreación y Deporte.</p>
CLIENTES Y CONSUMIDOR	<p>Centro de recreación y Deporte. (afiliados y no afiliados)</p> <ul style="list-style-type: none"> Pedragosa Valledupar Limonar aguachica Escuelas deportivas <p>Unidad integral de servicios la Divina Pastora:</p> <ul style="list-style-type: none"> Vivienda <p>Unidades integrales Crédito(afiliados)</p> <ul style="list-style-type: none"> Codaci Aguachica El copey La loma La jagua

Fuente: Elaboración propia

3.4 Matriz de Relaciones Elegida



Grafica 2. Matriz de relaciones. Elaboración propia.

Tabla N° 3. Resultados

INTERESADOS	IMPACTO	INFLUENCIA	EXPECTATIVA
Comunidad	Alto	Alto	Comunicar de los posibles impactos que traerá el proyecto a realizar.
Alta dirección	Alto	Alto	Dan direccionamiento y curso de acción que el proyecto debe llevar
Administradores zonales	Alto	Alto	Responsables de comunicar las directrices a la organización y población a realizar el proyecto.
Cliente y consumidores	Alto	Alto	Informar de oportunidades y beneficios que tendrá el proyecto.
colaboradores	Alto	Bajo	Se informa de las estrategias de gestión en la ejecución del proyecto.
Proveedores - contratistas	Alto	Bajo	Comfacerar especifica recursos y condiciones que desarrollara el proyecto
Entidades gubernamentales	Bajo	Alto	Aplicar regulaciones y leyes vigentes, reportando avances del proyecto.
Medio Ambiente	Bajo	Bajo	Presentar informe impacto en la prevención y control del proyecto
Competencia-mercados	Bajo	Bajo	Realizar a justes al proyecto por cambios en el entorno.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Matriz de Relaciones

INTERESADO	IMPACTO	INFLUENCIA	Nota	criterio
1.Comunidad	4	4	1	Bajo impacto/interés
2.Cliente-consumidor	4	4	2	Mediano impacto/interés
3.Proveedores	2	3	3	Alto impacto/interés
4.Medio ambiente	1	2		
5.Entes gubernamentales	2	2	4	Urgente impacto/ interés
6.Alta Dirección	4	4		
7.Colaboradores	2	3		
8.Administradores zonales	4	4		
9.Competencia-mercados	1	1		

Fuente: Elaboración propia

3. Plan de Responsabilidad Social Empresarial

El siguiente Plan de Responsabilidad Social Empresarial consiste en una estrategia que permite integrar cada una de las dimensiones: económica, social y ambiental a un plan de trabajo que logre articular cada una de los objetivos a la actividad comercial de la empresa, y de esta manera contribuir al desarrollo de la región.

Tabla 5 Plan de responsabilidad Social empresarial COMFACESAR

DIMENSION	STAKEHOLD	OBJETIVO	ESTRATEGIA	PLAZO	RECURSOS	INDICADOR	SEGUIMIENTO
N	ERS				(FÍSICOS, HUMANOS, TÉCNICOS		
ECONOMI CO	Colaboradores	Brindar programas que potencialicen al colaborador con herramientas que permitan gestionar conocimiento, interiorizar nuestra cultura organizacional.	Gestión de conocimiento con programas de capacitación ajustadas a cada área de la organización.	Cada 3 meses	Capacitadores Salón de conferencias Video beam Papelería fotocopias	# de empleados por área / # total de empleados	actas de capacitación test evaluativo malla curricular

DIMENSION	STAKEHOLDERS	OBJETIVO	ESTRATEGIA	PLAZO	RECURSOS (FÍSICOS, HUMANOS, TÉCNICOS	INDICADOR	SEGUIMIENTO
	Administrador zonal	Promulgar plan de responsabilidad social a sus colaboradores.	Definición y ejecución de la propuesta alineados con objetivos de la organización	2 meses para dar a conocer	Capacitador Video beam papelería	# de empleados por zona / # total de empleados	Actas de asistencia
	Clientes	Identificar las expectativas y necesidades de los clientes internos y externos para ajustar estrategias y evaluar desempeño.	Definir propuesta valor diferenciadas para cada área (hoteles, centros recreativos etc.)	cada meses	Encuestas Encuestadores Programas digitales para tabulación información	# Afiliados que adquieren servicios / # total de afiliados	Acta de número de encuestas desarrollada.

DIMENSION	STAKEHOLDERS	OBJETIVO	ESTRATEGIA	PLAZO	RECURSOS (FÍSICOS, HUMANOS, TÉCNICOS	INDICADOR	SEGUIMIENTO
	Alta gerencia	Garantizar el cumplimiento del plan de responsabilidad social	Verificar el cumplimiento del código de conducta y la política de responsabilidad social en las diferentes dimensiones	Auditoria cada tres meses de cada procesos	Papelería equipos de cómputo Alta gerencia	# total de procesos que cumplieron con la política / # total de procesos	formatos, planillas y actas
	Proveedores contratistas	Fomentar buenas prácticas con los diferentes proveedores	Evaluar que cada proveedor cumpla con los requisitos que la empresa solicita para que se vincule como proveedor	Antes de adquirir los servicios prestados por el proveedor este debe cumplir con los	Formatos Documentos legales Área de compras	# total de proveedores que cumplieron con todos los requisitos y se vincularon con la empresa / # total	Formatos Planillas orden de compra.

DIMENSION	STAKEHOLDERS	OBJETIVO	ESTRATEGIA	PLAZO	RECURSOS (FÍSICOS, HUMANOS, TÉCNICOS)	INDICADOR	SEGUIMIENTO
						requisitos que la empresa le solicita	de proveedores que se presentaron para prestar sus servicios
SOCIAL	Comunidad	Comunicar posible impacto que genera al desarrollar un proyecto	Explicar beneficios y ventajas de crecimiento que contribuye el proyecto	6 meses	Planos área influencia proyecto. Capacitador Comunidad. Folletos.	#población de área influenciada proyecto/# total población área proyecto.	Actas de pobladores capacitados.
	Entidades gubernamental	Aplicar normas y regulaciones vigentes locales y estatales	Informar de cambios que requiera	1 año	Impresión de normatividad		Informes de auditor.

DIMENSION	STAKEHOLDERS	OBJETIVO	ESTRATEGIA	PLAZO	RECURSOS (FÍSICOS, HUMANOS, TÉCNICOS)	INDICADOR	SEGUIMIENTO
			Comfacesar a entes de regulación para su aprobación.		local y estatal. Auditor.		
AMBIENTAL	Entorno ambiental	Reducir el impacto ambiental en la operación y aumentar aporte a nuestra sociedad.	Gestionar cultura a nuestros colaboradores y comunidad en el cuidado de nuestros recursos.	6 meses	Capacitador folletos Cartelera Radio local Tv local	#población impactada /# total población	

Fuente Elaboración propia

4.2 Determinar el plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholders) tanto internos como externos, mencionando Frecuencia y medio.

Tabla 6 Plan de comunicación COMFACESAR

DIMENSION	STAKEHOLDERS	Frecuencia	Medio
ECONOMICO	colaboradores	Semanal	Correo corporativo. Carteleras. Correo personal. Comunicación directa.
	Administrador zonal	Diario	Comunicación directa.
	Clientes	mensual	Correo afiliados Canal tv local Revista local Carteleras punto atención
	Alta gerencia	semanal	Correos administradores. Video conferencias.
	Alta gerencia	semanal	Correos administradores. Video conferencias.
	Proveedores contratistas	Diario	Comunicación directa. Correo proveedor. Celular
SOCIAL	Comunidad	Mensual	Canal tv local Radio Carteleras punto atención. Folletos
	Entidades gubernamental	6 meses	Mediante citas por correo, o por llamadas.
AMBIENTAL	Entorno ambiental(recursos humanos)	6 meses	Correo interno institucional

Fuente: Elaboración propia

4.3. Modelo de informe de gestión recomendado

SGE 21 (Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable), Es una norma que se ajusta a comfacerar porque permite implantar, auditar y certificar un sistema de gestión de ética y socialmente responsable.

Ventajas:

- Permite una mejor gestión de los riesgos
- Promueve una cultura responsable en la organización
- Facilita la incorporación de nuevos clientes.
- Es fácil de integrar a un sistema existente.
- Facilita la obtención de información e indicadores de Responsabilidad Social.
- Contribuye a la credibilidad y confianza de comfacerar gracias a los procesos de revisión y reconocimiento externo.
- Facilita la incorporación de una cultura responsable en sus componentes
- Aporta como empresa un nivel de responsabilidad, innovación y sostenibilidad.

Todos estos aspectos permiten crear una gestión socialmente responsable en la que integra preocupaciones tanto sociales como las relacionadas con el medio ambiente, todo ello en gran parte por la actividad que realiza y por lo que representa a la comunidad a la que vende un producto o presta un servicio.

Conclusiones

Se identifica como necesidades interna que busca con el Plan de Responsabilidad Social, las necesidades de mantener una armonía en el flujo de información entre las diferentes dependencias potenciando el desarrollo de las relaciones al interior de la organización igualmente se identifica la necesidad de desarrollar buenas relaciones con los actores externos como proveedores, entidades de gobierno, afiliados (empresas) que se convierte en un factor determinante para el éxito de la organización en cumplimiento de sus objetivos corporativos.

Además, la empresa COMFACESAR mediante la Responsabilidad social, busca mantener una imagen positiva ante sus consumidores brindándoles por medio de publicidades los diferentes servicios y dando la garantía a sus usuarios de conservar la calidad que ellos buscan para satisfacer sus necesidades.

Luego de la documentación referente a los medios de comunicación que se emplean en la empresa se pudo identificar los diferentes portales empleados para difusión las mejoras de la información de la empresa se identifica las mejoras en cuanto a la fluidez de la misma entre toda la caja, utilizado como un elemento distintivo y como ventaja competitiva, que le brindará a las empresas mejores oportunidades de negocio, de proyección y reconocimiento de parte del mercado.

Referencias bibliográficas

- Alonso, V. (2006). *Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España*. (pp. 11-38). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3199840&ppg=1> .
- Arredondo, T. V. (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>.
- Arroyo, R. (2012). *Habilidades gerenciales desarrollo y destres Habilidades gerenciales desarrollo y destrezas, competencias y actitud, capítulo 2, 3 y 10*. Editorial ECOE. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10559782&ppg=11>.
- 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>.
- Braidot, N. (2014). *Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones, capítulo 9*. (pp.233-244). Editorial Ediciones Granica. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3186030&tm=1510595750380>.
- Braidot, N. (2014). *Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement (2a. ed.)*. (pp. 431-473). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=3224821&tm=1509917711503>.
- 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>.
- 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=4183836&tm=1510602265255>.
- 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=eds-live>.
- Carvalho, J. (2009). *Estados financieros: normas para su preparación y presentación (2a. Edición), capítulo 1*. Bogotá, CO: Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=7&docID=3198072&tm=1510664424452>.
- COMFACESAR. (29 de marzo de 2018). *www.comfacesar.com.co*. Obtenido de <http://www.comfacesar.com/articulo.aspx?idc=484>
- COMFACESAR. (29 de marzo de 2018). *www.comfacesar.com.co*. Obtenido de <https://www.comfaca.com/quienes-somos/mision-y-vision/>
- Córdoba, M. (2014). *Análisis financiero, unidad 3*. Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=5&docID=4870512&tm=1510665586233>.
- 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>.
- Corporativa, O. d. (2014). *Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. Pág. 17-23, 30-31*. Recuperado de http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf.
- Corredor, C. (. (s.f.). *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>.
- Cuesto, C. &. (2017). *La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 1. (p. 13-17)*. Obtenido de www.unad.edu.com: Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>
- Cueto, C. &. (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>.
- Cueto, C. &. (2017). *La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2*. Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>.

- De la Cruz, C. &. (2016). *Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. (Spanish)*. *Empresa Y Humanismo*, 19(2), 69-118. doi:10.15581/015.XIX.2.69-118. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=117625019&lang=es&site=eds-live>.
- De Paula, G. F. (2006). *CEPAL. Gobernabilidad corporativa, responsabilidad social y estrategias empresariales. (p. 22-46)*. Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1942/1/S309213P324_es.pdf.
- DIRECON, D. d. (2013). *Instrumentos de Responsabilidad Social*. Santiago de Chile: Recuperado de <https://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2013/09/Instrumentos-de-Responsabilidad-Social-Empresarial-DIRECON.pdf>.
- Duque, J. (2015). *Corrupción, organizaciones criminales y accountability: la apropiación de las regalías petroleras en los Llanos. (pp. 28-40)*. Editorial Universidad del Valle. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=8&docID=4760789&tm=1510666611584>.
- Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. Editorial ECU. (pp. 48-50). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>.
- Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. Editorial ECU. (pp. 193-225). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>.
- Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. Editorial ECU. (pp. 193-228). Recuperado de.
- Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. ECU. (pp. 17-36, 91-116 y 253). 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. (pp.36-47 y 229-235)*. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=eyselb.10431066&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-live>.

- García, R. F. (2010). *responsabilidad social corporativa*. San Vicente: ECU.
- Gutiérrez, E. (2010). *Competencias gerenciales, habilidades conocimiento aptitudes, capítulo 2, 4, 6 y 7*. Editorial ECOE. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10467058&ppg=9>.
- Ibarra, A. (2014). *Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano*. Revista de Derecho, (41), (pp. 51-82). Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&tlng=es.
- Jarrín, G. (2015). *Habilidades gerenciales de la gran industria de Quito, capítulo 2*. Editorial de la pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=11379275&ppg=5>.
- Lombana, J. G. (s.f.). *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>.
- Malfitano, C. A. (2007). *Neuromarketing: celebrando negocios y servicios, capítulo 9*. (pp. 244-245). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3186030&ppg=1>.
- Narrillos, R. (2013). *Economía social: valoración y medición de la inversión social: método SROI*. Madrid: Ecobook. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=858381&lang=es&site=eds-live>.
- Palacios, F. G. (2014). *Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión diagnóstico e impacto en la empresa*. (pp. 11-28). Madrid, ES: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=4909723>.
- Palomares, J. &. (2015). *Estados financieros: interpretación y análisis*. (pp.23-43). Madrid, España: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4569914&tm=1510667176880>.
- Páramo, D. (2016). *Una aproximación al marketing social. Pensamiento & Gestión*. (pp. vii-xii). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=122029607&lang=es&site=eds-live>.

- Prieto, J. (2012). *Gestión estratégica organizacional (4a. Edición)*. Editorial Ecoe ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=547340&lang=es&site=eds-live>.
- Schwalb, M. &. (2013). *Dimensiones de la responsabilidad social del marketing. Utopia Y Praxis Latinoamericana, 18(63)*, (pp. 434-456). . Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=108747713&lang=es&site=eds-live>.
- Solano, L. (2008). *Fundamentación lógico-formal de la responsabilidad social corporativa*. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.10232433&lang=es&site=eds-live>.
- Vélez, M. (2011). *Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa. (Spanish)*. . Revista Ciencias Estratégicas, 19(25), 55. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=64443920&lang=es&site=eds-live>.
- www.constitucioncolombia.com. (20 de abril de 2018). www.constitucioncolombia.com.
Obtenido de <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo1/articulo-19>

Anexos

- <https://www.youtube.com/watch?v=-VSIJqQOkAc> (Germán Bohórquez)