

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA
TELECOMUNICACIONES DE POPAYÁN S.A. EMTTEL E.S.P**

**JORGE LUIS CASTRO OBANDO
LUZ MILDA POTOSÍ
TRINIDAD MERCEDES TABARES
EDITH ISLANA MÉNDEZ
ANITA CRISTINA BUENO**

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

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA
TELECOMUNICACIONES DE POPAYÁN S.A. EMTTEL E.S.P**

JORGE LUIS CASTRO OBANDO CÓDIGO: 1058786983

LUZ MILDA POTOSÍ CÓD. 25.275.614

TRINIDAD MERCEDES TABARES CÓD. 25100926

EDITH ISLANA MÉNDEZ CÓD. 34571335

ANITA CRISTINA BUENO COD.

Grupo: 101008_5

Tutor

FAIBER ALEXIS BENAVIDES

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD

**ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES,
ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS ECACEN**

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

DIPLOMADO DE PROFUNDIZACION EN GERENCIA ESTRATEGICA Y

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

JUNIO 2018

Tabla de contenido

1. Objetivos.....	10
Objetivo General:.....	10
Objetivos específicos:.....	10
2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa de telecomunicaciones de Popayán S.A. EMTEL E.S.P.....	11
2.1 Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores).....	11
2.2 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial	15
3. Código de conducta de la empresa de telecomunicaciones de Popayán emtel e.s.p....	15
Modelo gerencial estratégico	15
3.1. Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción.....	16
3.2. Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta. .	17
3.3. Código de conducta de la empresa de Telecomunicaciones de Popayán S.A.	
EMTEL E.S.P.....	17
Objetivo y Alcance	18
Propósito del Código de conducta.	22
Nuestro sistema de gobierno	22
<i>Código de buen gobierno</i>	23
Código de conducta	23
Aspectos Relevantes.....	24
Como cumplir con nuestros códigos de conductas.....	24
Manejo de la relación de la empresa con los socios o propietarios	24
En relación con los proveedores.....	25
En relación con clientes de la empresa:.....	25
En relación con los competidores de la empresa.....	25
En relación con los empleados de la empresa	25
En relación con la comunidad en general.....	26
Conflicto de interés.....	26
Manejo de la relación de la empresa con los clientes	27
Satisfacción del cliente	27

Claridad	28
Contravenciones	28
Manejo de la relación de la empresa con los socios o propietarios	29
Glosario código de conducta.....	29
Manejo de la relación de la empresa con la normatividad vigente	30
4. Stakeholders	31
4.1 Beve descripción de los Stakeholders	31
4.4. Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre la empresa seleccionada y los Stakeholders (actores) identificados.....	32
5. Plan de responsabilidad social empresarial	34
5.2. Plan de comunicaciones a los interesados de EMTEL.....	40
5.3. Modelo de informe de gestión que más se ajuste al plan de responsabilidad social propuesto.	42
6. Conclusiones	43
7. Referencias bibliográficas.....	45
Anexos	49

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1	Mapa genérico de Stakeholders.	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 2	Matriz de influencia Stakeholders.	32

Tablas

Tabla 1 Evaluación desempeño economico, socila y ambiental.....	132
Tabla 2 Guia e iniciativa mundial aplicada	176
Tabla 3 Recursos Financieros	300
Tabla 4 Plan de responsabilidad Social	343
Tabla 5 Plan de comunicaciones.....	410

Resumen

El presente trabajo contiene el plan de responsabilidad social empresarial de EMTEL E.S.P. Teniendo en cuenta que el contexto actual empresarial conlleva a la globalización y enmarca los mercados en la competitividad, se hace necesario el aseguramiento de la calidad en el servicio y el cumplimiento de la responsabilidad en las diferentes dimensiones empresariales, por lo anterior se realiza la complementación del plan existente en la empresa, el cual se basa en la ética empresarial y se convierte en estrategia de diferenciación frente a la competencia y establecimiento de relaciones a largo plazo entre los diferentes actores.

Evidencia la reseña histórica de la empresa además de la identificación de conceptos y estrategias que contribuyen al fortalecimiento del plan de responsabilidad considerando que la responsabilidad social garantiza la sostenibilidad de la organización.

Palabras clave

Responsabilidad social, Código de conducta, The Stakeholders, RSE vs. Marketing, plan de responsabilidad, gestión de GRI

Abstract

The present work contains the business social responsibility plan of EMTEL E.S.P. Bearing in mind that the current business context leads to globalization and frames the markets in competitiveness, it is necessary to ensure quality in the service and fulfillment of responsibility in the different business dimensions, for the above complementation is carried out of the existing plan in the company, which is based on business ethics and becomes a strategy of differentiation against competition and establishment of long-term relationships between the different actors.

Evidence the historical review of the company in addition to the identification of concepts and strategies that contribute to the strengthening of the responsibility plan considering that social responsibility guarantees the sustainability of the organization.

Keywords

Social responsibility, Code of conduct, The Stakeholders, RSE vs. Marketing, Responsibility plan, GRI management

Introducción

En la presente actividad se desarrollan actividades de diagnóstico, con el fin de plantear un plan de mejoramiento para la empresa, tendiente al diseño de estrategias con las cuales se pueda fortalecer la empresa, diplomado de profundización en gerencia estratégica y responsabilidad social empresarial, tiene como propósito adquirir herramientas para el fortalecimiento de las competencias en la gestión estratégica responsabilidad social donde se puede realizar un diagnóstico de la empresa, entender y formular ideas encaminadas a potencializar las organizaciones; ésta etapa de estrategia de aprendizaje se ha desarrollado en torno a la identificación y caracterización de la gestión del conocimiento del responsabilidad social de la empresa, donde el grupo colaborativo ha realizado aportes significativos desde las bases teóricas sobre la Empresa EMTEL E.S.P

1. Objetivos

Objetivo General:

Elaborar un plan de responsabilidad social empresarial, a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales para-la es empresa de telecomunicaciones de Popayán s.a. EMTEL E.S.P

Objetivos específicos:

- Redactar el código de conducta a la empresa de telecomunicaciones de Popayán s.a. EMTEL E.S.P.
- Realizar un vídeo de contextualización sobre RSE vs Marketing de comercializadora Arturo calle.
- Diseñar el mapa genérico de los Stakeholders para la empresa de telecomunicaciones de Popayán s.a. EMTEL E.S.P
- Elaborar la memoria de sostenibilidad para la empresa de telecomunicaciones de Popayán s.a. EMTEL E.S.P.

2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa de telecomunicaciones de Popayán S.A. EMTEL E.S.P

Nombre o Razón Social: EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE POPAYÁN S.A. EMTEL E.S.P

La EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE POPAYAN S.A. EMTEL E.S.P., es una Sociedad por Acciones, constituida como Empresa de Servicios Públicos Mixta, regida por los parámetros legales consagrados en la Ley 142 de 1.994. Creada Mediante Escritura Pública No. 1757 del 20 de octubre de 1998 ante la Notaría Tercera del Círculo de Popayán, con registro mercantil No. 13037 del 30 de octubre de 1998.

Cuenta con un Régimen especial, establecido en la Ley 1341 de 2009, encaminado a la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones TIC, definiendo su alcance legal, en su art. 55, determinando, que los actos y los contratos, incluidos los relativos a su régimen laboral y las operaciones de crédito de los proveedores de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, cualquiera que sea su naturaleza, sin importar la composición de su capital, se regirán por las normas del derecho privado.

Está sujeta a la regulación y control por parte de unidades del estado como son: Superintendencia de Industria y Comercio, el Ministerio de Comunicaciones en los Servicios no Regulados por la ley de Servicios Públicos Domiciliarios, (servicios de valor agregado y demás); por la Comisión de regulación de Comunicaciones, CRC, y la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios.

2.1 Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)

Misión

Le apostamos a la excelencia operacional, innovación, diversificación, desarrollo sostenible y mejora en la calidad de vida, brindando soluciones integrales en tecnologías de la información y comunicaciones, orientadas a lograr la mejor experiencia de nuestros clientes y grupos de interés, encaminados al mejoramiento continuo.

Visión

Para el año 2025, EMTEL es reconocida como una empresa exitosa y sostenible, líder en el mercado. Posicionamiento alcanzado a través de la implementación de la innovación excelencia y calidad en el servicio.

Política de Calidad

En EMTEL le apostamos a la excelencia operacional, innovación, diversificación, desarrollo sostenible y mejora en la calidad de vida, brindando soluciones integrales en tecnologías de la información y comunicaciones, orientadas a lograr la mejor experiencia de nuestros clientes y grupos de interés incursionando en nuevas oportunidades de negocio, encaminados al mejoramiento continuo.

Nuestros Valores

- **Compromiso:** es la capacidad que tiene el ser humano en la toma de conciencia y la importancia que desarrolla para que pueda cumplir con sus responsabilidades donde muestra sus capacidades para desarrollar la tarea encomendada.
- **Amabilidad:** es una cualidad muy propia del género humano, También es ser atento, brindar atención y respeto, en cada una de las funciones que se realiza dentro de una empresa.

- **Solidaridad:** es uno de los valores que tiene los seres humanos y de mucha importancia y esenciales de cada persona ya que es la ayuda que se puede brindar a un ser humano para que pueda realizar una tarea en especial.
- **Agilidad:** tener la capacidad de ser rápido en el desarrollo de una tarea determinada dentro de una empresa.

Fuente. Emtel 1998

2.1. Formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada

Evaluar el desempeño económico, social y ambiental de la organización (interno y/o externo) propuesta diligenciando el formato

Tabla 1 Evaluación desempeño económico, social y ambiental

Formato de evaluación Impacto empresa: Empresa de Telecomunicaciones de Popayán s.a.
EMTEL E.S.P

	Problema pérdida del material	Impacto	Prioridad atención (alta, media, baja)
Económico	<p><u>Interno:</u> la empresa ha venido sufriendo pérdidas por hurtos y deja pérdidas 19.200 millones y está estimado que esta cifra puede aumentar.</p> <p><u>Externo:</u> Mientras EMTEL viene diversificando su portafolio para obtener mayores ingresos y apalancar económica y tecnológicamente los servicios básicos que ofrece: televisión, telefonía e Internet para poder competir con calidad y precios con las grandes</p>	Negativo	Alta

multinacionales de las telecomunicaciones, es víctima de hurto de cable, acción delictiva que este año se ha incrementado, dejando a vastos sectores de la ciudad sin estos servicios durante prolongado tiempo.

Social: **Interno:** la empresa está dando lo mejor de sí para que se pueda corregir errores que se estuvieran presentando con el servicio que presta al público. **Negativo** **Media**

Externo: inconformidades por el servicio ya que por los hurtos que se han estado presentando los usuarios se ven afectados en la calidad de servicio que la empresa está ofreciendo.

Ambiental: **Interno:** la empresa cada día mejora sus redes para que se pueda prestar un excelente servicio al público y se cumpla con las expectativas de calidad el servicio que se presta al usuario y no se vea afectada la parte ambiental por eso la interno: Emtel es una empresa que piensa en el medio ambiente por eso utiliza materiales que son amigables con el entorno sin que afecte el medio ambiente y la comunidad. **Negativo** **Media**

Ambiental: **Externo:** la empresa se le hace seguimiento por los entes encargados en que los materiales que se utiliza sean amigables con el medio ambiente y no cause daños al entorno.

2.2 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

De acuerdo a elaboración del plan de responsabilidad social empresarial de la empresa EMTEL, podemos ver qué frente a cada uno de los problemas son evidente por lo que es importante que se pueda realizar una investigación y que una atención para que se mitiguen estas problemáticas que se están presentando, la parte más afectada es la económica que es la que más daños a sufrido a raíz de sus hurtos que afectan a la empresa y a la población que hace uso dl servicio., como externos, se puede ver qua la empresa necesita un plan de responsabilidad social donde se concientice a la población que al hurtar el material de la redes se está haciendo daño a la comunidad. Es poeto que la empresa se puede hacer cambios donde se pueda mejorar los aspectos que la están afectando

3. Código de conducta de la empresa de telecomunicaciones de Popayán emtel e.s.p.

Modelo gerencial estratégico

En la actualidad la economía de mercado donde la empresa-organización es el sujeto principal no se puede dejar de lado el termino innovación, siendo este el conjunto de procesos complejos que combinan y transforman el conocimiento en nuevos productos, culturas y formas de gestionar las empresas para su introducción con éxito en un mercado, posicionando a la empresa en una situación de ventaja competitiva.

Hoy en día se admite que la competitividad y la innovación empresarial están influidas por el entorno competitivo propio de cada actividad y por el propio sistema de ciencia, tecnología e innovación regional, estatal o mundial.

Las empresas abiertas (orientadas a interactuar con su entorno) reciben importantes impulsos por parte de otros agentes, actores u organismos ubicados en unos contextos geográficos más o menos alejados.

El innovador es emprendedor, con una curiosidad y capacidad de cuestionamiento por encima de la media, no conformista. Presta poca relevancia a los burócratas y controladores, respeta la autoridad ganada mediante la competencia personal, no por la jerarquía.

El líder de una empresa innovadora tiene que disponer o desarrollar características propias de las personas emprendedoras. El equipo directivo tiene que mantener un equilibrio adecuado entre directivos exploradores, creadores o innovadores y los directivos organizadores o controladores. La gestión de este equilibrio inestable, pero que tiende siempre hacia el polo organizador o controlador, es una tarea fundamental del líder de una empresa innovadora.

3.1. Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción

Un cambio de modelo de sociedad. Para nadie es un secreto que el mundo está experimentando hoy una transformación profunda debido a los avances de la tecnología, aunque existen diferentes posturas y algunas resistencias a la revolución tecnológica, ésta ha generado un amplio avance en innovaciones en los diferentes campos, ya que los continuos avances y de la rápida transmisión de la Información de la (TIC) ha logrado convertirse en protagonista generador de cambio en nuestra sociedad.

Algunos consideran que dicho posicionamiento conlleva al desvanecimiento de la sociedad industrial que marcó el siglo XX y el rápido surgimiento de una nueva sociedad, que algunos denominan sociedad de la Información (SI) y otros Sociedad del Conocimiento (SC).¹

Con base a lo anteriormente argumentado y teniendo en cuenta que la actividad económica de la empresa seleccionada, depende de las tecnologías de la comunicación e innovación permanente.

Fuente. Triana, K. (2017)

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

Tabla 2 Guía e iniciativa mundial aplicada

. Fuente

STAK EHOLDER	TIPO DE LEYES EXISTENTES	INICIATIVAS QUE ATIENDEN EXPECTATIVAS SOCIALES
Clientes	Código Comercial	Código de ética - SARLAF liderado por el área de suministros
Trabajadores	Ley 100 - Código Sustantivo	Calidad de vida laboral - Familiar
Proveedores	Código Comercial	Competencia Leal y transparente
Comunidades	Normatividad Ambiental	Campañas de sensibilización a las comunidades de la zona de influencia (Proyecto ejecutados)
Socio- Ambient al	Legislación Ambiental Ley 70 de 2010	Actividades de RSE - Preservación del medio ambiente

Arredondo, T., Villa, C. & De la Garza, G. (2014)

3.3. Código de conducta de la empresa de Telecomunicaciones de Popayán S.A.

EMTEL E.S.P

La Ética es un ideal de la conducta humana, la Empresa de Telecomunicaciones de Popayán S.A. EMTEL E.S.P, el objeto de este código, tiene como objetivo ser el referente del actuar de todos sus colaboradores, especifica los principios corporativos empresariales y contribuye a implementarlos donde sea establecido altos estándares de conducta que preserven

la integridad y los principios éticos y los objetivos que reflejan el compromiso donde se refleje el actuar de forma responsable, donde se garantizan una relación basada en normas de ética profesional, laboral y comercial con el fin de evitar prácticas desleales u otras que puedan dañar las relaciones internas de la empresa, afectando su imagen y finanzas. EMTEL, a través de éste código de conducta se garantiza la preservación y el cumplimiento de cada uno de los principios éticos de cada uno de los miembros como también en cada relación comercial, este documento podrá ser consultado como guía de procedimientos en caso de alguna eventualidad de la empresa. ENTEL.

Objetivo y Alcance

Establece los lineamientos que permita a todos los trabajadores de la EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE POPAYÁN S.A. EMTEL E.S.P y terceros actuar con ética, responsablemente haciendo lo correcto y de una manera adecuada tomando las decisiones con máxima integridad dentro de las regulaciones aplicables y los valores corporativos de la empresa. Este código aplica a los miembros de la directiva, y a todos los colaboradores de EMTEL, donde se debe de aplicar en su totalidad dentro de la empresa, al personal contratista., en el desarrollo de su compromiso bajo sus acuerdos de servicio, quienes deben de efectuar completamente con las regulaciones y secciones aplicadas de la empresa. El código de conducta es parte fundamental para direccionar como poder relacionarnos y como poder realizar los negocios y fomentar la responsabilidad en pos de la protección de la reputación de la empresa EMTEL.

Principios y Valores Corporativos

Refleja la filosofía ética de nuestra organización y enmarca la integridad de cada uno de nuestros deberes. Vivirlos y ponerlos en práctica en cada una de nuestras actuaciones e

interacciones y son nuestros principales diferenciadores. Estos son:

Integridad: Actuamos con ética y coherencia, respetamos las políticas y normas empresariales.

Justicia: Actuar de forma coherente y objetiva en cada uno de los hechos que se presenten en la empresa.

Respeto: Todas las actividades diarias que se realice se inspirarán al respeto a las personas, y cada uno de sus valores, derechos de cada una de las creencias individuales, familiares y grupales de cada ser.

Liderazgo: Es una influencia que se ejerce sobre las personas y que permite incentivarlas para que trabajen en forma entusiasta por un objetivo común. Y así permitir que nuestros empleados se sientan seguros con el trabajo que están realizando.

Servicio: Los funcionarios al servicio de la organización tendrán claro que el usuario de los servicios es la principal razón de ser de las Empresas EMTEL.

Calidad: Es obligación de los servidores públicos de la Entidad probar su calidad y competencia en el ejercicio de sus cargos, procurando su desarrollo por la vía del mejoramiento continuo.

Responsabilidad: Actuamos con Responsabilidad y Sensibilidad ante los requerimientos de nuestros clientes, con respeto a toda la comunidad, a los trabajadores de las Empresas ENTEL

Honestidad: El comportamiento de todos los miembros, se basará y se ajustará a la decencia, recato, pudor, integridad, responsabilidad, moral, igualdad, justicia y la transparencia en todos sus actos.

Innovación: las empresas buscan cada día cumplir nuevos retos, y se adaptan a las oportunidades que les ofrece su entorno. Y que les permita aportar a las soluciones innovadoras de la empresa y poder mejorar cada uno de sus procesos y servicios de la empresa de EMTEL.

Excelencia: Buscamos siempre la excelencia en lo que hacemos, trabajamos con altos estándares de gestión.

Fuente. Emtel 1998

Uso de la Información en la Empresa

La Empresa de Telecomunicaciones EMTEL S.A. ESP, cuenta con un gran portafolio de servicios a la comunidad entre ellos: Un Portal de promoción turística lo cual se convierte de en una vitrina muy importante para las PYMES del departamento del Cauca.

A través de convocatoria y licitación pública contratará una empresa especializada. Dicha empresa será la encargada de garantizar que el manejo de la información de la empresa y las adscribas al portal, sea de carácter exclusivo para lo cual, deberá establecer:

- Los usuarios que se inscriben al portal, deben asumir el compromiso de confidencialidad en la información lo cual prohíbe la alteración, traducción, reproducción total o parcial de la misma a terceros.
- Garantiza que los datos e información suministrada por los usuarios serán manejados de manera confidencial.
- El operador tendrá derecho a disponer de manera exclusiva y responsable de la información, convirtiéndose en un aliado para la empresa, realiza acompañamiento y asesoría permanente a los usuarios en la promoción y posicionamiento de las empresas.
- El sistema deberá implementar un filtro para la información para garantizar su veracidad además de corregir errores de imagen u ortográficos.
- El operador debe presentar periódicamente, informe sobre los avances del portal, como contenidos, consultas permanentes, las iniciativas más visitadas y mayor puntuadas.
- Los trabajadores vinculados a EMTEL deben mantener la Confidencialidad de toda la información a la que tengan acceso durante el desempeño de su cargo, comprometiéndose a no revelarla bajo ninguna circunstancia, diferente a instrucciones autorizadas por la misma.

- Los empleados no pueden emplear información de la empresa en su beneficio propio o para favorecer a intermediarios, actuar en contra de la ley o afectando los intereses de la empresa, de sus clientes o proveedores.

Confidencialidad Empresarial.

Frente a las acciones tomadas en relación con el servicio prestado a sus usuarios de acceso a internet en banda ancha cuenta con los siguientes sistemas:

- Para los usuarios del servicio de banda ancha se cuenta con sistemas de protección antivirus y antispam, los cuales previenen la pérdida de información y garantizan la integridad de la información almacenada en sus cuentas de correo previamente suministrada por EMTEL S.A. E.S.P.

Frente a la Autenticación de los usuarios del servicio de acceso a internet, EMTEL S.A. E.S.P, dispone:

- Para los usuarios EMTEL, dispone de plataformas y procesos, que permiten en tiempo real, asegurar la autorización de acceso a la navegación con verificación de identidad (información residente en el equipo dado usuario – CPE) Asegurando que solo el usuario autorizado pueda ingresar hacer uso de los servicios contratados con la compañía.
- Confidencialidad de los datos EMTEL S.A. E.S.P, dispone de sistemas que almacenan la información de manera masiva con protección al ingreso de posibles intrusos, además de proteger la información de sus usuarios.
- Establece procesos que garantizan la recepción y trámite de los requerimientos allegados solo desde los entes de seguridad mediante los cuales, se realiza la solicitud de información confidencial asociada a los usuarios de línea básica y datos (Ej. direcciones IP). Dicha solicitud debe estar soportada mediante orden judicial.
- Frente al principio de Integridad de Datos. EMTEL S.A. E.S.P, cuenta con mecanismos de protección del CORE de la Red, como son: Firewalls y filtrado perimetral, lo cual evita y elimina todo riesgo de acceso no autorizado a la data correspondiente al servicio de correo masivo de sus usuarios. Actualmente por disposición legal, se filtran las páginas de pornografía infantil publicadas por el ministerio de Comunicaciones Ley 679 (Esto se hace

a través de los URL.

- Está totalmente prohibido para los trabajadores de EMTEL, la divulgación de cualquier información confidencial de la empresa a terceros, con excepción de casos en los que sea utilizada para promover negocios, requerimientos legales e intereses de la empresa con previo análisis y autorización que garantice su buen uso.
- Los Directivos tienen la obligación de mantener en total confidencialidad la información reservada de la empresa, especialmente la que signifique interés al mercado inversionista (competencia)

Propósito del Código de conducta.

Este Código narra los principios éticos a los que deben ajustarse todos los empleados, funcionarios y directores. Cada vez que representan el nombre de la empresa. La intención del Código es dejar en claro lo que la organización espera de sus empleados, así como proporcionar pautas básicas para saber cómo manejarse en los distintos escenarios donde se plantean asuntos de índole de ética, también es un apoyo para mejorar los procesos que se vienen realizando aportando de forma efectiva al entorno laboral y el cumplimiento de la misión.

Nuestro sistema de gobierno

Dirige y controla la gestión a fin de asegurar el cumplimiento del objetivo fundamental que consiste en proteger y crear valor, en un ambiente donde se gestionan los riesgos y se fomenta la ética en los comportamientos de los grupos de interés. Así mismo, el Sistema de Gobierno define la estructura organizacional necesaria para desarrollar la estrategia para lo cual efectúa estudios internos y externos con el fin de ajustar o actualizar dicha estructura frente a los cambios en los negocios y las plataformas tecnológicas, principalmente.

Código de buen gobierno

Tiene el propósito de fomentar una cultura corporativa, basada en valores, para la cual se definen las funciones deberes y responsabilidades de los organismos de la dirección y control de la sociedad y, en general de quienes asesoren o presten servicios a la compañía en el marco de una gestión ética. Establece cuáles son los mecanismos de evaluación de información que permiten identificar el cumplimiento de las metas y objetivos, los riesgos asociados a cada actividad o proceso que realizamos, el cumplimiento de las disposiciones legales, regulatorias y fiscales, y la satisfacción de nuestros clientes. De igual manera, en este se hace mención a los diferentes comités y responsables de realizar la labor de seguimiento y definición de asociaciones para el desarrollo, mejoramiento y proyección de la empresa.

El Código enuncia los principios que guían nuestro trabajo, los cuales son superar las expectativas de nuestros usuarios con servicios de alta calidad, fomentar el bienestar y desarrollo del talento humano, mantener relaciones de mutuo beneficio con los proveedores, velar por la seguridad de nuestros usuarios y conservación del medio ambiente, planear nuestras actividades y compartir conocimientos para el mejoramiento continuo de la empresa.

Código de conducta

El contenido del Código es:

- Principios y valores corporativos
- Fundamentos, divulgación y cumplimiento del Código
- Responsabilidades en el Código de Conducta
- Responsabilidades con nosotros mismos
- Responsabilidades entre nosotros.
- Responsabilidades con nuestros accionistas (conflicto de interés)

- Responsabilidades con clientes, proveedores, contratistas y Gobierno.
- Responsabilidades con el ambiente y la comunidad.
- Código de ética contable.

Aspectos Relevantes

- Aplica a los colaboradores y contratistas de la compañía en lo pertinente
- Establece lineamientos que permiten a los colaboradores y terceros actuar ética y responsablemente, haciendo lo correcto de la manera correcta
- Se fundamenta en los valores corporativos que reflejan la filosofía ética de la Compañía
- Nuestros ejecutivos y directores son nuestro ejemplo de los más altos estándares de conducta ética y responsable.
- El cumplimiento del código busca de la protección de la reputación de la empresa.
- Honrar los derechos humanos.
- Protección u uso adecuado de los recursos de la empresa.
- Información confiable.
- Negociaciones justas.

Como cumplir con nuestros códigos de conductas.

- Familiarizándonos con su contenido.
- Certificando anualmente nuestro compromiso de cumplir con lo establecido en el mismo.
- Manejando nuestras actividades diarias con ética e integridad.
- Reportando de buena fe cualquier preocupación o sospecha de violación del código.
- Solicitando asesoría u orientación en situaciones en las que se confronten asuntos de ética.

Manejo de la relación de la empresa con los socios o propietarios

De nuestro comportamiento con los socios se preside por lo dispuesto en la Ley y los Estatutos Telecomunicaciones EMTEL S.A. ESP

En relación con los proveedores

Relacionarse con los proveedores de forma ética y transparente seleccionar a proveedores mediante licitaciones, concursando con precios y servicios, respetando la humanidad, cumpliendo con las leyes y beneficiando la buena reputación de la empresa. No aceptar, ni ofrecer beneficios, regalos o comisiones que altere la sana competencia, garantizar los pagos y retribuciones estipuladas en los contratos de prestación de servicios.

En relación con clientes de la empresa:

- Atender con prontitud las sugerencias y reclamos de nuestros clientes de forma transparente, buscando la satisfacción y el bienestar de ellos al consumir nuestros productos y servicios.
- Proveer Productos y servicios con calidad y en acuerdo a la reglamentación Sanitaria.

En relación con los competidores de la empresa

- Hacer competencia Leal y con precios adecuados.
- No atraer clientes mediante engaños o trampas

En relación con los empleados de la empresa

- No consentir ningún arraigo de violencia, acoso o abuso en el trabajo.
- No consentir ningún indicio de discriminación, de género, de cultura, de preferencias sexuales o de religión, que se alejen de nuestros principios de méritos y capacidades.
- Trato digno, justo y respetuoso con los trabajadores.
- Promover la capacitación continua.
- Aceptar los derechos y deberes si hay lugar a sindicatos laborales.
- Garantizar la higiene y seguridad en el trabajo, previniendo por medio de programas y normas los riesgos laborales.

- Enaltecer los méritos y aptitudes de sus trabajadores
- Realizar programas de inclusión para personas con discapacidad erradicando murallas que impidan la contratación.
- Realizar la promoción prevención, sana recreación y pausas activas.
- Acompañamiento y consideración en calamidades domésticas.
- Retribuciones salariales dignas en acuerdo a sus labores

En relación con la comunidad en general

- Respeto por los derechos humanos.
- No permitir influencia política que interfieran en decisiones u contrataciones.
- Mantener buenas relaciones con las entidades gubernamentales, municipales y de policía.
- Regirse por políticas y buenas prácticas ambientales que beneficie la región.

Conflicto de interés

Se considera conflicto de interés, cualquier situación en la cual una persona enfrenta sus intereses personales con los de la empresa en actividades personales o en el trato con terceros, ya sean proveedores, contratistas, clientes u otros, se enfrenta a distintas alternativas de conducta debido a que sus intereses particulares pueden prevalecer frente a sus obligaciones legales o contractuales (actividad laboral o económica), por diferencias en los motivos de quienes intervienen en la relación. Por estas razones, los funcionarios y Directores de la empresa Telecomunicaciones EMTEL S.A. ESP Se abstendrán de participar por sí o por terceros, en actividades que impliquen competencia o en actos respecto de los cuales exista conflicto de interés.

Serán cuidadosos en el manejo de cualquiera de estos eventos, describiendo la situación de manera completa y detallada, el empleado deberá comunicarlo a su superior inmediato y/o al responsable del área de Recursos Humanos, a fin de resolver la situación en forma justa y

transparente.

No abusarán de su condición para obtener beneficios personales, de proveedores, contratistas o clientes para sí o para terceros, relacionados con los servicios de la empresa.

Manejo de la relación de la empresa con los clientes

Los clientes son de gran importancia para nuestra empresa su relación debe ser:

- Con los clientes La conducta a observar con nuestros clientes estará enmarcada por los principios de transparencia, trato sincero, cortés y directo dentro del marco ético. Se basará en el cumplimiento de los pactos acordados y en el manejo de sus intereses particulares inspirados en los más altos principios de honestidad, lealtad, confidencialidad, moralidad, buena fe, legalidad y profesionalismo, además de procurar superar la satisfacción de sus expectativas. Así mismo se prohíbe sin excepción ofrecer retribuciones a cambio de adjudicación de contratos.
- Utilicen las diversas formas de comunicación de la empresa de manera adecuada y apropiada.
- Eviten situaciones en las que el conflicto de intereses personales pueda entrar en conflicto o pueda parecer que entra en conflicto con los intereses de la empresa.
- Traten de manera justa, correcta y apropiada a todos los trabajadores de la empresa, los usuarios de la empresa, clientes, proveedores y, en general, a todas las partes interesadas de la empresa.
- Siempre se debe buscar la mediación y /o conciliación positiva para lograr alcances que beneficien de forma mutua y así seguir la continuidad de los clientes fidelizando su relación con la empresa.

Satisfacción del cliente

Colocamos todo nuestro esfuerzo para entregar con satisfacción nuestros productos,

logrando así el éxito para nuestros clientes internos como externos, de acuerdo a cada una de sus necesidades, por lo tanto, nos esforzamos en presentar buenas prácticas sociales ante los clientes con una conducta adecuada de la ética, demostrando así una calidad de servicio, siempre promoviendo la asertividad, la comunicación efectiva y el cuidado del medio ambiente.

Claridad

Nuestro compromiso es presentar a nuestros clientes de una forma asertiva, con la mejor transparencia y honestidad en cada una de nuestras actividades y del mismo proceso de producción y distribución de nuestros productos, para nuestros clientes finales

Contravenciones

Los empleados y demás terceros vinculados a nuestra empresa, debe acatarse a las siguientes contravenciones:

- Nunca nos debemos ver afectados por el uso de drogas o alcohol en el ejercicio de nuestras labores, y se prohíbe estrictamente el consumo, la venta o la posesión de drogas ilegales en el trabajo.
- Los miembros directos y terceros indirectos de la empresa se comprometen a realizar sus actividades comerciales con integridad y prohíbe la corrupción y los sobornos en todas sus formas.
- Los pagos por agilización de servicios son pagos no oficiales (en contraposición a tasas o pagos legítimos y oficiales) realizados a un individuo con el fin de garantizar o acelerar una acción o servicio de rutina del gobierno al cual la persona o empresa que realiza el pago ya tiene derecho.
- Todos nuestros registros deben estar completos, ser exactos y confiables, y prepararse conforme a las leyes y reglamentos aplicables, así como a las políticas y procedimientos contables y de informes financieros de la empresa.

Manejo de la relación de la empresa con los socios o propietarios

De nuestro comportamiento con los socios se preside por lo dispuesto en la Ley y los Estatutos Sociales del salón de onces el hojaldre.

- En relación con los proveedores
- Relacionarse con los proveedores de forma ética y transparente.
- Seleccionar a proveedores mediante licitaciones, concursando con precios y servicios, respetando la humanidad, cumpliendo con las leyes y beneficiando la buena reputación de la empresa.
- No aceptar, ni ofrecer beneficios, regalos o comisiones que altere la sana competencia.
- Garantizar los pagos y retribuciones estipuladas en los contratos de prestación de servicios.
- Evitar contacto no autorizado con personal y trabajadores sin la autorización de sus jefes, en caso de requerirlo se debe realizar una carta de intencionalidad expresando y dejando claro los intereses de dicho contacto con algún empleado de la competencia.

Glosario código de conducta

Código de conducta: Es una Herramienta de gestión que orienta a la organización a establecer reglas específicas en los servicios públicos en el desempeño de sus empleos determinando que deben estar establecidas en las funciones y actividades de la empresa y se pueda basar en su reconocimiento de valores, principios y creencias de la institución.

Confidencialidad: Es la cualidad que posee cierta información de conservarse en reserva para el conocimiento de una de la organización, esta no debe ser expuesta en forma intensiva, puede fundarse en normas legales o morales, debe garantizar que solo tiene acceso a la información únicamente personal autorizados.

Trabajador: Es toda persona que presta de forma física a otra u otras sus servicios materiales, intelectuales o ambos géneros en virtud de un contrato de trabajo a cambio recibe

una remuneración,

Contrato de servicios: Es el contrato en virtud del cual una parte, llamada profesionalista, se obliga a efectuar un trabajo que requiere para su realización, preparación técnica, artística y en ocasiones título profesional a favor de otra persona llamada cliente, a cambio recibe una remuneración.

Fuente. Los autores Emtel 1998

Manejo de la relación de la empresa con la normatividad vigente

Marco Normativo

Aceptamos y cumplimos los impuestos de ley y normas porque entendemos la contribución que hacemos al desarrollo económico de nuestra región, concientizamos a los empleados que siempre se debe realizar lo correcto ya que esto genera un ambiente de confianza y excelencia, somos los primeros en respetar el trato justo y salario digno para nuestros empleados.

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

- Para la empresa asegurar los resultados debe haber una intención y unos controles prudentes los cuales son planeados para alcanzar los objetivos propuestos.
- Crear herramientas que puedan aportar eficazmente a la consecución de una correcta administración financiera, mediante el implemento de controles y seguimientos de forma responsable.
- Si existe un mayor control, disminuirán las perdidas por lo tanto puede aumentar la tasa de rentabilidad y el patrimonio de la Empresa.
- Al generar estos costos se espera un beneficio tanto interno como externo, teniendo en cuenta la reputación y el buen nombre de la empresa.

Tabla 3 Recursos Financieros

Recursos financieros		
Actividad	Descripción	Valor (\$)

Consulta an experto.	Asesoría de un consultor a los altos directivos de la empresa por 8 horas.	600.000
Borrador del código	Grupo organizador	1000.000
Revisión del código.	Revisión del borrador por parte del consultor y los Directivos. por 16 horas.	2.400.000
Impresiones	Afiches, fotocopias	1.000.000
Logística		6.000.000
Página web	Actualización contenido de la página Web.	2.000.000
Divulgación y entrega.	Grupo organizador y Directivos	4.000.000
implementación de código de conducta	gerencia de EMTEL.	
Total		17.000.000

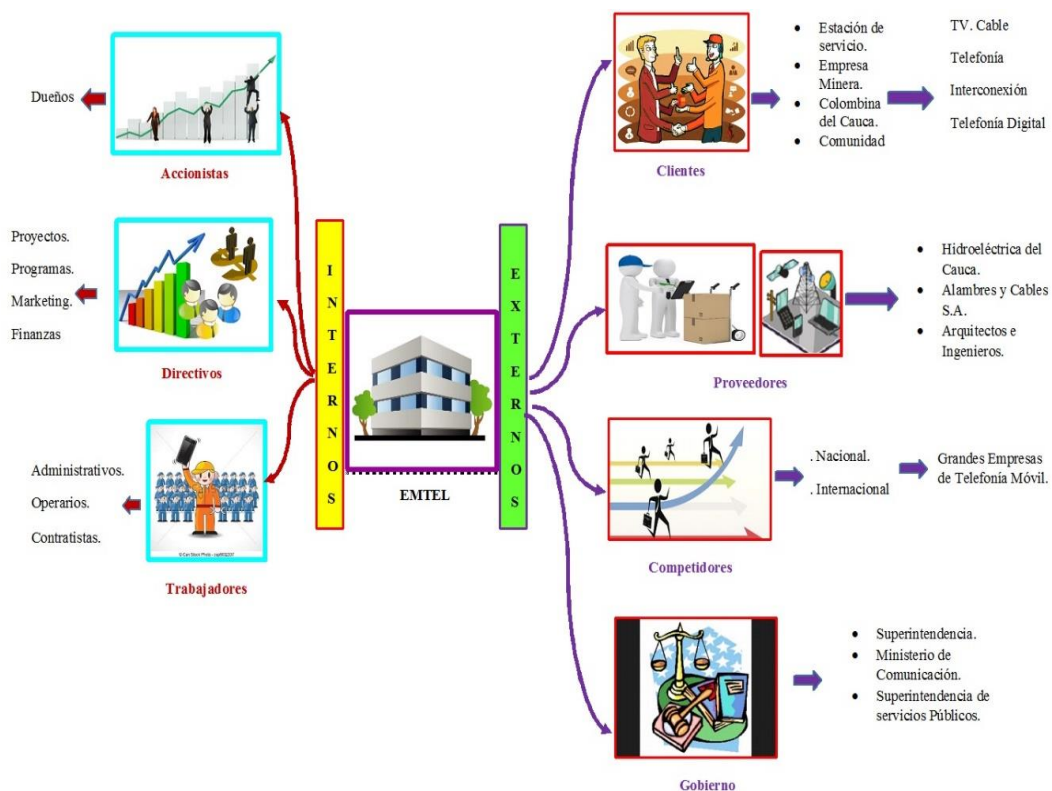
Fuente Los autores

4. Stakeholders

4.1 Beve descripción de los Stakeholders

Hace referencia a una herramienta visual en la que se representan todas aquellas organizaciones o personas, tanto internas como externas que puedan afectar de forma positiva o negativa las decisiones y los objetivos propuestos del ente, como también las expectativas de las organizaciones que intervienen.

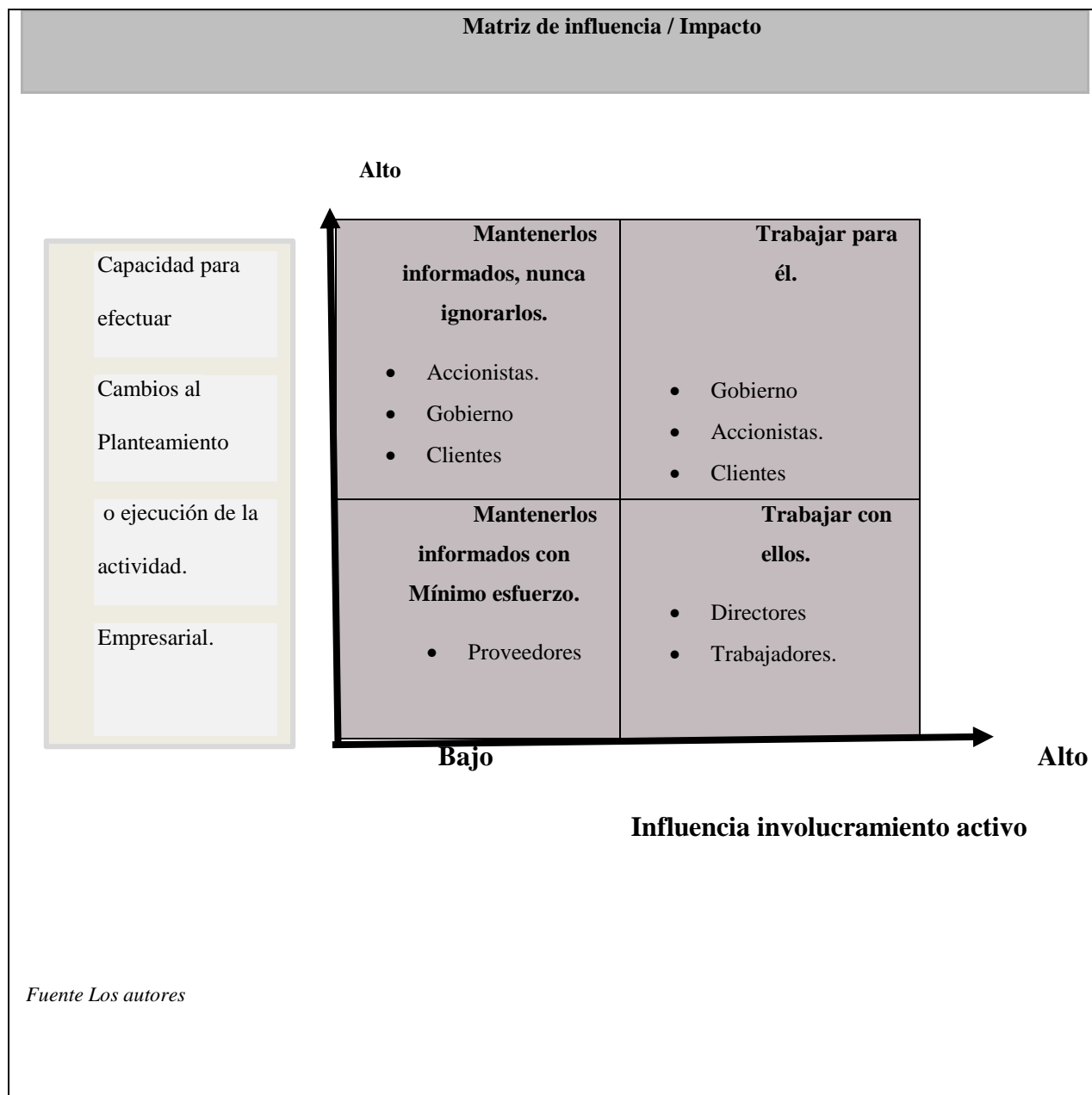
4.2 . Mapa genérico de Stakeholders EMTEL E.S. P



Trinidad Tabares

Ilustración 1 Mapa genérico de Stakeholders. Fuente Trinidad Tabares

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



INFLUENCIA VS. IMPACTO EMPRESA DE EMTEL E.S.P

Explicación:

Influencia impacto alto

- **Accionistas:**

Económica	Accionistas	Hacer cumplir los Presupuestos financieros y que estos permitan maximizar el patrimonio de la empresa y que a su vez muestre rentabilidad, liquidez, crecimiento en su estructura.	Delegar en el área financiera estricto cumplimiento y seguimiento del circulante: liquidez y solvencia.	Durante el funcionamiento del Ente.	Sala de juntas. Personal Directivo del área Financiera. Programa contable actualizado	Total, valor Rentabilidad /Anual, total Valor Patrimonio.	Cada 3 meses Medi ante un informe
	Gerente	Realizar inversiones que permitan el crecimiento de la empresa. Analizar políticas de financiación convenientes para la empresa. Evaluar la gestión y responsabilidad de la empresa.	Buscar alternativas de inversión. Antes de la toma de una decisión, analizar minuciosamente el nivel de riesgo.	Durante el funcionamiento del Ente	Sala de juntas. Personal Directivo del área Financiera. Programa contable actualizado.	Número total de las acciones/ Número total de acciones esperadas.	Cada 6 meses Medi ante informes los accionistas
	Gerente	Asegurar que el cliente siempre disponga de un servicio efectivo. Responder a las solicitudes y reclamos en los tiempos establecidos.	Mediante Checklist de auditoria.	Durante el funcionamiento del Ente.	Personal de cada proceso. Computadores.	Numero de checklist. Realizados/ Numero checklist no cumplidos.	Cada 2 meses Planil la

	Cumplir con las especificaciones que demanda en el momento el servicio. Promover con calidad la mejora continua del servicio.	Con el apoyo del área de Gestión Humana Programar con entidades idóneas Capacitaciones para los trabajadores.	Cada 2 meses.	Profesional especializado. Personal de las distintas áreas. Auditorio	Numero de rotación de personal, /número total de empleados.	Cada 8 meses Bases de datos
Económica	Liderar un clima laboral que de conformidad a los colaboradores. Evaluar los trabajadores con el fin de mejorar su situación salarial,	Aplicando evaluaciones a los empleados con el fin de mejorar sus salarios y garantizar el buen servicio.	Durante el funcionamiento del Ente.	Equipos de cómputo, video Beam. Certificados. Personal de EMTEL de cada proceso,	Número total de evaluaciones programadas /número total de evaluaciones realizadas	Cada 4 meses Base de datos
	Garantizar el cumplimiento de las obligaciones financieras.	Mediante Checklist de auditoria.	Cada 12 meses	Computadores, programas, contable.	Número de checklist programados / número de checklist Realizados	Cada 6 meses Base de datos
Gerente	Fomentar la Responsabilidad social en los empleados.	Contratar personal especializado para que brinden capacitaciones a los empleados	Cada año	Profesionales especializados en el tema. Sala de juntas.	Total, Capacitaciones programadas	Cada 8 meses

		de EMTEL sobre RSE.		Equipos de cómputo, video Beam.	/ total de capacitaciones realizadas.	Base de datos
	Velar por la conservación del medio ambiente	checklist de revisión a los vehículos de transporte de la empresa	Cada año	Colaboradores EMTEL, Certificados. Entidad Profesional en revisión Tecno mecánica de vehículos.	Numero de checklist/ número de vehículos.	Cada 8 meses Planillas
Empleados	Cumplir con efectividad sus labores diarias.	Planificar los tiempos.	A diario	Plantillada de tareas.	Numero de tareas / Numero de errores.	Cada 8 meses Planillas
Social	Asistir a las actividades programadas por EMTEL.	Sentido de Pertenencia y cumplimiento con la EMTEL.	Cada mes	Profesional capacitado, Auditorio,	Número de rotación de personal / Total, empleados de la empresa.	Cada día. Planilla la control de asistencia

Social	Proveedores	Cumplir con una política de pagos. Para garantizar el 100% del cumplimiento de las obligaciones confiabilidad y permanencia del proveedor	Establecer periodos de pago.	Cada mes	Recurso Humano, programa contable.	Numero de obligaciones pendientes / Numero obligaciones realizadas.	Cada 2 meses Base de datos
		Exigir puntualidad en la entrega de los suministros.	Establecer cronograma de entregas de producto con información clara y precisa.	Cada dos meses	Recurso Humano, Vehículo, Bodega de suministros. Computador,	Total, inventario físico / Numero de existencia establecido.	Cada mes. Planil la
		Mejorar los canales de comunicación de EMTEL con sus clientes.	Actualización y mantenimiento continuo a la plataforma virtual.	Cada 3 meses	Profesional capacitado. Computador. Recurso humano EMTEL.	Número de clientes / número total de clientes satisfechos	Cada mes. Intern et
Cientes	Garantizar efectividad y solución en los servicios.	Establecer cronograma de tiempos.	Cada 30 días	Recurso Humano vehículos, computador, material técnico.	Número de clientes / número total de clientes satisfechos	Cada mes Planil las	

Ambiental	Comunidad	Ayudar económicamente a las familias de la Región.	En conjunto con la entidad Sena capacitar y generar empleo.	Cada año	Profesional idóneo, Salones, Computador, Video Beam, Comunidad interesada. Colaborador de ENTEL.	Número total de población en capacidad de laborar / número total de población laborando.	Cada 6 meses Bases de datos.
Ambiental	Comunidad	Controlar la generación de escombros, sólidos el aumento de los niveles de ruido, los cambios en la rutina del suelo, impacto visual y el perjuicio al patrimonio de la Región..	Mediante la creación de un sistema coordinado de evolución que permita identificar la prevención, control y corrección anticipada de los impactos ambientales negativos, consecuencia de las acciones humanas.	Durante el funcionamiento del Ente.	Asesoría profesional. Personal de Entel, instalaciones de Entel. Video Beam, Computador,	Numero de evaluaciones / Numero de hallazgos.	Cada 6 meses Bases de datos
	Entidades Gubernamentales.	Crear programas de anticorrupción que garanticen la seguridad de la	Difundir información a los empleados por medio de capacitaciones y	Cada año	Instalaciones de Entel. Video Beam, Computador	Número de empresas de la Región / Número de delitos.	Cada 8 meses Base de datos

empresa ante el estado.	evaluar a cerca del tema.	Profesional, personal de EMTEL,			
Acatar con anticipación citaciones y ordenamientos por parte de la superintendencia. De Industria y Comercio, Ministerio de Comunicaciones en los servicios no regulados por la Ley de Servicios Públicos Domiciliarios, (Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios.	Para una eficiente comunicación y cumplimiento delegar en el área de impuestos dichas obligaciones	Durante 1 funciona miento del ente.	Instalaciones Gubernamentales, Funcionarios de EMTEL. Equipo de cómputo y comunicació n.	Numero de ordenamientos / Numero de acatamientos .	Cada 30 días Planil la contr ol de pendi entes entida des del estad o

Fuente. Los autores

5.2. Plan de comunicaciones a los interesados de EMTEL

Con la elaboración del plan de comunicación para la empresa EMTEL se busca que haya más interacción, tanto interna, como externa a la vez promover un buen clima laboral, mejorando la eficiencia de la empresa de tal forma que permita una relación de confianza y comprensión de sus colaboradores, aclarándoles sus inquietudes e inseguridades, haciéndolos participes con sus ideas y opiniones las cuales son valoradas para beneficio de todos.

También se provee y se obtienen respuestas más ligeras ante los cambios que puedan surgir en el medio, evitando así posibles dificultades producto de la desinformación.

Tabla 5 Plan de comunicaciones

PLAN DE COMUNICACIONES			
DIMENSION	STAKEHOLDERS	FRECUENCIA	MEDIO
ECONÓMICA	Socios	Cada 4 días	Medios Magnéticos, emails, Comunicación verbal, comunicados escritos, hangouts, Correo Electrónico
	Gerente	Diario	Comunicación verbal, comunicados escritos, Hangouts, medios magnéticos.
	Empleados	Mensual	Correos electrónicos, memorandos, folletos, Comunicación verbal, video conferencias, altoparlantes.
SOCIAL	Clientes	Bimestral	Redes sociales, Volantes, Publicidad.
	Proveedores	Semestral	Folletos, volantes, emails, comunicación Verbal. Comunicados escritos, Plataformas institucionales.
AMBIENTAL	Comunidad	Trimestral	Radio, televisión y prensa, Redes Sociales, Afiches, volantes.
	Entidades Gubernamentales	Semestral	Medios de comunicación como: radio, televisión y prensa, medios magnéticos,

Fuente. Los autores

5.3. Modelo de informe de gestión que más se ajuste al plan de responsabilidad social propuesto.

Proponemos el informe de gestión GRI para la empresa EMTEL, ya que según el documento es de interés porque permite a la organización mostrar su interés, cuya misión es difundir y elaborar un plan para la elaboración de memorias de sostenibilidad centradas en los siguientes valores o principios éticos de transparencia en la participación del mercado, estar al día con los indicadores de medición, a la vez que se actualizan temas como: ambiental, económico y social, se planifican actividades para mostrar más estabilidad, lo anterior favorece, enormemente a la empresa porque le permite mejorar su rendimiento y credibilidad, reducir riesgos e identificar posibles oportunidades que va generar a la empresa y a la comunidad que está a su entorno.

Este informe de GRI es fundamental para ayudar donde se puede hacer la descripción de cada uno de los resultados de la implementación de la aplicación de códigos políticas del sistema de gestión el modelo del GRI es una herramienta importante dentro de la empresa ya que facilita a la comparación en la organizaciones y sectores, donde se pueda hacer la interacción con sus “stakeholders”. Los indicadores que establece el GRI donde la empresa puede evaluar y describir cada una de la actuación que está realizando la empresa en cada uno de sus procesos y dentro de la sociedad.

Fuente. GRI 2011

6. Conclusiones

Al verificar cuál es la problemática que se desea solucionar a través del plan de RSE, se desarrollan los objetivos esperados a desarrollar en cada una de las dimensiones para tener un mejor control de los resultados esperados.

Se identificaron los stakeholders que están directamente involucrados en cada una de las problemáticas a solucionar en las dimensiones trabajadas para tener un mejor control de la manera en la que cada uno debe involucrarse para obtener los objetivos esperados.

A partir de los objetivos, se establecieron las estrategias que se van a implementar para lograr los resultados esperados, como se verán involucrados los stakeholders y qué debe hacer cada parte para mantener el plan en marcha.

De igual manera, se determinó un plazo específico en el cual se pretenden ir desarrollando los resultados esperados y por medio de este plazo se va haciendo una realimentación y seguimiento para mejorar las situaciones encontradas.

Así mismo, se definieron cuáles son los recursos necesarios para poner en marcha el plan de RSE para cada una de las dimensiones, de esta manera se verifica que tan viable es su ejecución y si van acorde a los resultados finales esperados.

De la misma forma, se especifica el indicador con el cual se van a medir los resultados en forma numérica, verificando tangiblemente si los resultados que se han dado al transcurso de cierto tiempo son los esperados o si se deben hacer modificaciones para mejorar dichos resultados.

También, para asegurar el éxito del plan de RSE, se desarrollaron estrategias de seguimiento para identificar si efectivamente los objetivos que se plantearon desde el principio se están logrando de la forma esperada.

Seguidamente, se designa un plan de comunicaciones que permita tener un mejor control de la información que se le otorga a cada Stakeholders involucrado en cada una de los planes de cada dimensión para comprometerlos y que se sientan involucrados en el proceso y así con su ayuda se logren los resultados esperados.

7. Referencias bibliográficas

Antonio Argandoña, R. I. (06 de 2011). *ISO 26000, UNA GUÍA PARA LA RESPONSABILIDAD*

SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES. Recuperado el 30 de 04 de 2018, de

https://www.iese.edu/es/files/catedralacaixa_vol111_final_tcm5-72287.pdf Benavides, F.

(17 de 04 de 2018). *fase 5 diplomado de Profundización en gerencia esattaegica y*

responsabilidad saocial. Recuperado el 22 de 04 de 2018, de

https://youtu.be/LBF_fKBaAvQ

Braidot, N. (01 de 01 de 2008). *Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la*

conducción exitosa de las organizaciones. Recuperado el 2018 de 04 de 20, de

[http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3186030&ppg=](http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3186030&ppg=1)

1

Braidot, N. (01 de 01 de 2018). *Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la*

conducción exitosa de las organizaciones. Recuperado el 23 de 04 de 2018, de

[http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=318603](http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3186030&tm=1510595750380)

[0&tm=1510595750380](http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3186030&tm=1510595750380)

Braidot, N. (01 de 01 de 2018). *Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la*

conducción exitosa de las organizaciones. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de

[http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=318603](http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3186030&tm=1510595750380)

[0&tm=1510595750380](http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3186030&tm=1510595750380)

Braidot, N. P. (01 de 01 de 2014). *Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las*

organizaciones, del management al neuromanagement. Recuperado el 21 de 04 de 2018,

de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=10&docID=3224821&tm=1510419158573>

Calidad, A. E. (s.f.). *Guía Global Reporting Initiative*. Recuperado el 01 de 05 de 2018, de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/global-reporting-initiative>

Calidad, C. N. (s.f.). *Estándares sobre Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado el 30 de 04 de 2018, de https://www.aec.es/c/document_library/get_file?uuid=aea7ae71-6b3b-48f6-b6cc-9eed4d8b6bea&groupId=10128

Carlos Cueto Cedillo, a. M. (01 de 01 de 2017). *La administración pública de la responsabilidad social corporativa*. Recuperado el 26 de 04 de 2018, de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>

Galvez, T. (12 de 05 de 2014). *Los 10 secretos del NeuroMarketing*. Recuperado el 23 de 04 de 2018, de <https://youtu.be/xq1Ueq03yU>

LINETZKY, Á. J. (10 de 2013). *Instrumentos de Responsabilidad Social*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <https://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2013/09/Instrumentos-de-Responsabilidad-Social-Empresarial-DIRECON.pdf>

Luisa Cecilia Rodríguez Guerra, L. A.-O. (s.f.). *EVALUACIÓN DE SOSTENIBILIDAD CON METODOLOGÍA GRI 1*. Recuperado el 01 de 05 de 2018, de [file:///E:/CARPETA%20PARA%20RECUPERAR/UNIVERSIDAD/UNAD%209%20SEMESTRE/DIPLOMADO%20DE%20PROFUNDIZACION%20EN%20GERENCIA%20ESTRATEGICA%20Y%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20EMPRESARIAL/Reporting%20Initiative%20\(GRI\).pdf](file:///E:/CARPETA%20PARA%20RECUPERAR/UNIVERSIDAD/UNAD%209%20SEMESTRE/DIPLOMADO%20DE%20PROFUNDIZACION%20EN%20GERENCIA%20ESTRATEGICA%20Y%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20EMPRESARIAL/Reporting%20Initiative%20(GRI).pdf)

Núñez, G. (12 de 2003). *La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible*. Recuperado el 26 de 04 de 2018, de

Carreón, J. (2011). "Teología de la innovación. ¿Jean Baptiste Say o William Gates?"

Druker, P. (2011). *Innovación y Empresariado Innovador*.

Recuperado de club de ensayos <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/Servicios-Profesionales/2595407.html>

Recuperado de página de la alcaldía de Popayán

<http://www.popayan.gov.co/ciudadanos/la-alcaldia/entes-descentralizados/empresa-de-telecomunicaciones-de-popayan-emtel-sa-esp>

Recuperado de monografías.com <https://www.monografias.com/trabajos-pdf5/nueva-sociedad-organizaciones/nueva-sociedad-organizaciones.shtml>

Recuperada de Colombia digita

https://colombiadigital.net/informacion/docs/NTI_Dhumano.pdf

Tomado Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP

http://www.movistar.co/documents/10184/1023924/mecanismos_seguridad.pdf/2bdf8f1b-de13-4e5b-a48a-e4aba6bafc09

Tomado de gases de occidente <http://www.gdo.com.co/>

Tomado de surtidora gas caribe https://www.surtigas.com.co/archivos_usuarios/file-4836-G-914-3_Codigo_de_Conducta_9.pdf

Tomado de grupo bancoldex [https://www.arcogb.co/Documentos-\(1\)/Gobierno/GE-OT-005-Codigo-de-Mejores-Practicas-Corporativas.aspx](https://www.arcogb.co/Documentos-(1)/Gobierno/GE-OT-005-Codigo-de-Mejores-Practicas-Corporativas.aspx)

Tomado de clubensayos<https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/Servicios-Profesionales/2595407.html>

Anexos

Enlace del vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=yqCZsVb4jOM>