

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
TECNIALARMAS LTDA.**

**MARLY DIVEL GARCÉS GALINDEZ
UBALDINA GARCÉS GALINDEZ
ZULEIMA IRINA LÓPEZ MAYORAL
GERARDO ALBERTO PALÁU PAUTT
KATHERINE TROCHEZ SALAZAR**

**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 SOCIAL EMPRESARIAL
DICIEMBRE 2018**

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
TECNIALARMAS LTDA.**

GRUPO 101008_16

PRESENTADO POR:

MARLY DIVEL GARCÉS GALINDEZ: 1.059.913.137

UBALDINA GARCÉS GALINDEZ: 34.341.137

ZULEIMA IRINA LÓPEZ MAYORAL: 32.582.202

GERARDO ALBERTO PALÁU PAUTT: 1.130.587.036

KATHERINE TROCHEZ SALAZAR: 1.062.292.942

TUTOR

ÓSCAR MAURICIO TEJADA DURÁN

**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 SOCIAL EMPRESARIAL
DICIEMBRE 2018**

Tabla de Contenido

RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
Palabras Clave	vi
Keywords	vii
Introducción	1
1. Objetivos	2
Objetivo General	2
Objetivos Específicos	2
2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Tecnialarmas Ltda.	3
2.1. Direccionamiento Estratégico (Misión, Visión, Valores)	3
MISIÓN	3
VISIÓN	3
VALORES CORPORATIVOS TECNIALARMAS LTDA.	4
2.3. Justificación de Plan de Responsabilidad Empresarial	6
3. Código de Conducta	7
3.1. Modelo Gerencial	7
3.2. Guía e Iniciativa Mundial Aplicada para la Construcción del Código de Código de Conducta de Tecnialarmas Ltda.	8
3.3. Código de Conducta de Tecnialarmas Ltda.	12
Glosario	19
3.4. Recursos Financieros y Decisiones de Inversión Objeto del Código de Conducta en la Empresa Tecnialarmas Ltda.	21
4. Stakeholders	22
4.1. Breve Descripción de los Stakeholders	22
5. Plan de Responsabilidad Social Empresarial.....	25
5.3. Modelo de Informe de Gestión Recomendado	31
6. Conclusión	32
7. Bibliografía.....	33
Anexos.....	36

Lista de Tablas

Tabla 1. Formato de Evaluación de Desempeño Tecnialarmas Ltda.	5
Tabla 2. Plan de Responsabilidad Social Empresarial Tecnialarmas Ltda.	25
Tabla 3. Plan de Comunicaciones a los Stakeholders de Tecnialarmas Ltda.	30

Lista de figuras

Figura 1. Mapa Genérico de Stakeholders.....	23
Figura 2. Matriz de Relaciones Influencia Vs. Impacto	24

Resumen

Para cualquier empresa que se desempeñe en el marco actual del mercado es de capital importancia tener un plan en lo relativo a la Gerencia Estratégica y la Responsabilidad Social Empresarial pues vivimos en un medio altamente exigente y cambiante que demanda que las compañías no sólo sean redituables sino que aporten a la sociedad en diversos campos; como muestra de lo anterior desarrollamos un trabajo de investigación al interior de Tecniarmas Ltda. que nos ha permitido tener como resultado la aplicación de: El Código de Conducta, el Plan de Responsabilidad Social Empresarial, los modelos gerenciales, los informes de gestión y demás elementos que dan apoyo y cohesión de manera efectiva a una parte tan importante como la Responsabilidad Social Empresarial y la Gerencia Estratégica.

Hemos apoyado nuestra investigación con tablas, gráficos y otros componentes que brindan al lector un panorama mucho más amplio de los objetivos que desea lograr Tecniarmas Ltda. esperando que le sea a este de suma utilidad, permitiéndole ampliar su visión en la materia tratada.

Palabras clave: Stakeholders, Responsabilidad Social Empresarial, Gerencia Estratégica, Código de Conducta, Recursos financieros.

Abstract

What is a key factor for every Enterprise in today's market is to have a well defined plan regarding to Strategic Management and Corporate Social Responsibility due to we are living in a highly demanding and changing environment which requires profitable companies that can also contribute to a wide spectrum of needs within our society, answering this way to the Stakeholder's needs as well as to the society needs; this is the reason why we developed a reserch work inside of Tecnialarmas Ltda., which let us to apply: The Code of Corporate Conduct, the Corporate Social Responsibility, the Managerial Model, the Management Reports and all the other elements that are giving efficient support and cohesion as an important section of the Corporate Social Responsibility and the Strategic Management.

We propped up our investigation using charts, illustrative graphics and other useful components in order to provide the reader with a wider landscape of the objectives that Tecnialarmas Ltda. is willing to achieve, we hope this document can fulfill the purpose of broaden your vision in the subject matter.

Keywords: Stakeholders, Corporate Social Responsibility, Strategic Management, Code of Corporate Conduct, Financial resources.

Introducción

La pretensión de este informe es dictar los lineamientos que deben ser considerados a nivel corporativo con el fin de lograr una buena gestión en todas las dimensiones que se han contemplado al interior del Plan de Responsabilidad Social Empresarial, el plan presentado a continuación está compuesto de una serie de elementos y principios que deben ser tenidos en cuenta para cada acción que vaya a tomar la compañía, para ello hemos establecido una serie de indicadores así como unas pautas de manejo de la información que permitan hacer un seguimiento al logro de los objetivos trazados.

Para la elaboración de este informe hemos tenido en cuenta tanto el temario de las unidades contenidas en la bibliografía del diplomado en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial como también el material que cada uno de los estudiantes ha investigado de manera autónoma.

Destacamos como parte importante de esta investigación, el Código de Ética, pues este dicta los lineamientos de carácter moral que regirán el proceder de la organización tanto a nivel externo como interno, sin dejar de lado sus relaciones comerciales; como apoyo en nuestra labor hacemos uso de herramientas adicionales como el Formato de Evaluación de Desempeño de la empresa, el Mapa de Stakeholders, la Matriz de Influencia Vs. Impacto, los planes de Responsabilidad Social Empresarial y Comunicaciones respectivamente.

1. Objetivos

Objetivo general

Elaborar propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial de la organización Tecniarmas Ltda. con el propósito de adquirir competencias en la construcción de dichos planes, de la misma manera contribuir con nuestro desarrollo y aprendizaje como administradores en proceso de formación para luego aplicarlas en nuestra vida profesional.

Objetivos Específicos

- Identificar a través de una evaluación de desempeño e impacto, económico, ambiental y social las necesidades de Tecniarmas Ltda., generando estrategias de solución para la organización.
- Redactar el Código de Conducta de la empresa Tecniarmas Ltda.
- Elaborar mapa genérico de Stakeholders y Matriz de Relaciones (Influencia Vs. Impacto) de la empresa Tecniarmas Ltda.
- Construir el plan de Responsabilidad Social Empresarial de Tecniarmas Ltda.
- Socializar el plan de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Tecniarmas Ltda.

2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa Tecnialarmas Ltda.

2.1. Direccionamiento estratégico

Tecnialarmas Ltda. es una compañía de Seguridad Electrónica fundada en 1979, la cual representa a Honeywell Security para la Costa Norte Colombiana en calidad de Integradores.

La empresa fundó la primera Central de Monitoreo de la Costa Atlántica en 1990 y ellos han instalado cuatro (4) Centrales de Monitoreo a otras empresas de seguridad reconocidas de la región, asesoran a dos compañías en Puerto Príncipe, Haití y Quito Ecuador, Tecnialarmas Ltda. cuenta con 37 años de experiencia, 4.500 sistemas y 3.000 usuarios en el territorio nacional.

Misión

Tecnialarmas Ltda. es una compañía dedicada a proteger la vida y bienes de nuestros usuarios a través de un servicio de Seguridad Electrónica Integral en la Costa Atlántica, el cual incluye las gestiones de asesoría, provisión, instalación, prestación del servicio de monitoreo permanente, mantenimiento de los mismos y supervisión; apoyados en un Talento Humano competente y comprometido con nuestra Política de Calidad.

Visión

Tecnialarmas Ltda., en el año 2018, alcanzará mayor posicionamiento en la Costa Atlántica y afianzará su presencia en otras ciudades del País en el servicio de Seguridad Electrónica; contando con su Innovación, Tecnología de Punta, Efectividad en los Servicios, Calidad, Confiabilidad y Servicio al Cliente.

Valores Corporativos

- **Responsabilidad:** Obramos con prudencia y competencia frente a nuestro compromiso de seguridad con la sociedad en general y con nuestros colaboradores.
- **Confianza:** Brindamos seguridad y credibilidad en nuestra operatividad.
- **Respeto:** Procuramos la armonía en las relaciones interpersonales de nuestros colaboradores a través de la escucha asertiva, el entendimiento y aceptación de diferencias.
- **Honestidad:** Trabajamos con coherencia frente a los principios de justicia y verdad.
- **Solidaridad:** Nos sentimos comprometidos con las necesidades de nuestros colaboradores, velando por el cumplimiento de la justicia e igualdad.
- **Compromiso Gerencial:** Conducimos nuestro actuar en pro de la Responsabilidad Social y el cumplimiento de nuestros objetivos organizacionales.

2.2. Formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada

En el siguiente apartado se evidencia en la tabla N°1 el formato de evaluación de desempeño de Tecnialarmas Ltda.

Tabla N° 1
Formato de evaluación de desempeño de Tecnialarmas Ltda.

FORMATO DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO DE TECNIALARMAS LTDA.			
Dimensión	Problema	Impacto	Prioridad atención (Alta, media, baja)
Económica	Interno: Cuenta con una cartera alta debido a la financiación de equipos y retrasos de clientes en los pagos del monitoreo mensual, esta situación a su vez genera retrasos en los pagos a proveedores y como consecuencia la suspensión de despachos de equipos lo cual atrasa la instalación de sistemas de video a clientes ocasionando inconformidades en estos.	Negativo	Alta
	Externo: Competencia con un gran musculo financiero que no le da gran importancia a cobrar tarifas de monitoreo por debajo del estándar local afectando a todo el sector.		
Social	Interno: Pese a contar con Manual de Funciones, algunas funciones no están claramente definidas en cuanto a su inicio y fin, esto genera conflictos en el grupo de trabajo y muchas veces un funcionario no se responsabiliza de las tareas por asumir que le corresponde a otro realizarlas.	Negativo	Alta
	Externo: Algunos clientes insatisfechos con el tiempo de respuesta ante los disparos de alarma, nivel de exposición del personal de supervisores ante las reacciones de alarma.		
Ambiental	Interno: Manejo inadecuado de equipos dañados y desmontados a clientes retirados, instalación inadecuada de archivo inactivo sin la ventilación y acceso necesario para la persona encargada lo cual pone en riesgo la salud de los empleados.	Negativo	Alta
	Externo: El manejo de baterías ácidas es regulado por el gobierno, sin embargo algunas veces el personal no las maneja de manera adecuada.		

Tabla 1. Muestra la evaluación de desempeño de la empresa Tecnialarmas Ltda, en la que se plantea los diferentes problemas internos y externos, su impacto y prioridad en cada una de las dimensión, económica, social y ambiental.

Fuente: Elaboración propia.

2.3. Justificación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial

De acuerdo a la evaluación de desempeño aplicada a la empresa Tecniarmas Ltda. en la que se le dio especial atención a las dimensiones económica, social y ambiental se evidencia la necesidad de realizar un Plan de Responsabilidad Social enfocándolo en el ámbito social, debido al alto impacto que representa para la organización tanto a nivel interno como externo. Teniendo en consideración el alto impacto que estas dimensiones representan, la organización enfoca todo su esfuerzo en la aplicación de estrategias, conocimientos, técnicas y experiencia que permitan proporcionar herramientas que conduzcan a la puesta en marcha de actividades fundamentalmente de índole social.

La ejecución de estos planes permite la penetración en los diferentes procesos regionales en los que se desea participar, propician el logro de altos estándares de desempeño a nivel organizacional, generando empatía, compromiso y sentido de pertenencia entre los funcionarios de la compañía, así mismo contribuye con el buen ambiente laboral, genera seguridad entre los empleados y satisfacción de los clientes, los cuales son el eje fundamental de toda organización.

3. Código de Conducta

3.1. Modelo gerencial

Calidad Total.

La calidad total por definición es una filosofía, un concepto, una estrategia y un modelo de forjar negocios que conserva su enfoque principal hacia el cliente. El concepto fundamental de calidad, ha sido vinculado tradicionalmente con la aptitud del producto, pero recientemente se ha vinculado su significado a toda actividad empresarial y a todo tipo de empresa.

La Calidad total tiene como fin primordial ser garante, en el largo plazo, del, el crecimiento, la supervivencia y la rentabilidad de la empresa con el fin de mejorar su competitividad, esto se logra asegurando de manera constante la satisfacción de sus clientes mientras se elimina todo tipo de desperdicio generado en sus procesos.

La calidad total por definición va más allá del producto y del servicio en sí, consiste en mejorar de manera constante el aspecto organizacional, pues es aquí donde cada empleado, desde el grado más alto, hasta el más bajo se comprometen de manera profunda con los objetivos de la compañía.

El organismo mundial encargado de normalización, La ISO, presenta una definición de la calidad como el conjunto de rasgos de una entidad que le otorgan la capacidad para colmar tanto las necesidades explícitas como las implícitas a sus clientes. Como complemento a lo dicho por La ISO, anotamos que aquellas necesidades explícitas están definidas a través de una relación convenida entre los Proveedores y los Clientes; entre tanto que las necesidades implícitas están definidas por las condiciones impuestas por el mercado.

Habiendo expresado la definición anterior, anotamos que todos y cada uno de los integrantes de la empresa pasan a ser clientes de alguien; tanto que toman el carácter de Cliente y Proveedor de manera simultánea.

En el proveedor se inicia la calidad, él es parte de nuestro proceso, debe ser considerado como parte de la organización.

Como pieza fundamental de todo proceso que implique mejoramiento con miras a la Calidad Total han de incluirse gestiones como: La promoción de actividades de liderazgo, el compromiso de todos y cada uno de los niveles de la organización (lo que naturalmente incluye a sus directivos), el crecimiento de los proveedores, la mejora de todos los trabajadores, la orientación hacia los clientes, la mejora continua en el trabajo diario, la urgente reducción de los costos, entre otros.

3.2. Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del Código de Conducta

Beneficios Internos Del Código de Conducta.

- Brinda un marco claro para el proceder de los empleados y dictar pautas para que el empresario pueda proceder con imparcialidad.
- Fija a nivel corporativo las expectativas de actuación de los trabajadores, haciendo explícito el hecho de su aplicabilidad a todos y cada uno de los miembros de la empresa, generando así un orden interno regido bajo los mismos principios.
- Indica los lineamientos de conducta y las directrices mediante las cuales será regida la actuación de los empleados de la empresa cuando éstos se enfrenten a la toma de decisiones dentro de un contexto de negocios.
- Fija patrones conductuales y criterios a nivel general con el fin de dirimir inconvenientes que surgen en la relación con los proveedores, clientes y demás partes que tengan intereses comunes; es de vital importancia documentar la forma en la que se han resuelto estas situaciones problemáticas, estableciendo políticas de incentivos y reprimendas.
- Genera rectitud en el comportamiento de los empleados hacia la empresa, pues crea un ambiente idóneo para el trabajo y promueve un clima afable de seguridad laboral, promoviendo esta manera los más nobles intereses de la compañía.

- Produce en los empleados el deseo de brindar su apoyo a la empresa y promueve la participación de los mismos en el proyecto de creación de un proyecto de ética interna.
- Mejora la rentabilidad y reduce los costos funcionales propugnando por mejorar la eficiencia, reduciendo la necesidad de una supervisión directa sobre la conducta de los colaboradores y evitando su permanente rotación.
- Protección de los intereses económicos de la empresa al establecer normas para salvaguardar los activos tangibles e intangibles.

Beneficios Externos.

- Previene o minimiza situaciones de riesgo para la empresa, ya que los temas se tratan internamente, antes de ser regulados por la ley.
- Crea un marco de confianza por parte de los inversionistas, garantizando los réditos esperados de su inversión, esto teniendo siempre como premisa los principios éticos, lo que garantiza un respaldo en las actuaciones de la gerencia y los demás empleados.
- Atrae a profesionales altamente calificados que desean trabajar en una empresa que hace públicos los valores y la cultura organizacional.
- Otorga una mejor imagen corporativa ante la sociedad, granjeando así la lealtad de todas las partes interesadas para con la compañía.
- Le permite a la compañía diferenciarse por su proceder ético en situaciones en las que la competencia actúa de manera inmoral.

Contenidos de un Código de Conducta

Siendo una de las funciones primordiales de un Código de Ética brindar información a las partes interesadas, implantar juicios para valorar los diferentes tipos de comportamientos, tanto las adecuadas como las reprobables, es de suma importancia hacer un análisis sobre los estándares que forman la moralidad empresarial para a través de ellos, elegir las reglas éticas que la compañía considera como válidas en su esfera.

Los patrones de moralidad son:

- Patrones relacionados con la forma en la que se ejercen y distribuye el poder.
- Patrones relacionados con los objetivos que requiere alcanzar la empresa.
- Lineamientos para seleccionar a sus empleados.
- Patrones relacionados con la distribución equitativa de las cargas e incentivos para sus empleados.
- Patrones relacionados con el establecimiento de las sanciones por faltas cometidas y los incentivos otorgados por una buena gestión.
- Patrones que incentivan a los trabajadores al respecto de los acuerdos internos y externos de la empresa.
- Patrones que incentiven el respeto de la dignidad humana.
- Patrones que contribuyan con el bien común de la sociedad.

Todos los patrones éticos anteriormente nombrados, son los que dan marco a la moralidad de la compañía, incidiendo de manera directa en la forma en la que son abordadas las situaciones que se suscitan dentro de la misma.

Relaciones de Poder y de Respeto en la Empresa

Siendo el más importante activo de la empresa aquel que trata las relaciones, nos encontramos ante una pieza clave que será fundamental para sacar adelante la estrategia de la empresa y alcanzar los objetivos trazados.

Si bien el ser humano ve en el trabajo un vehículo para satisfacer las necesidades de índole económica, no significa esto que tenga menores aspiraciones en el plano del desarrollo personal. Ahora bien, un buen clima laboral es el primer peldaño de una empresa

con vocación de Responsabilidad Social, puesto que una genuina forma de desarrollo siempre se da desde el interior hacia el exterior. Para lograr esto, se hace necesario cultivar buenas relaciones personales, hábitos como la organización, fomentar la salud emocional y el bienestar familiar, entre otros, esto con el fin de potenciar la autoestima y un sano autocuidado, lo que naturalmente redundará en el clima laboral.

Con el fin de lograr esto, se hace necesario agregar la eficiencia de sistemas y procesos de trabajo, contando con la participación activa de los empleados en todos y cada uno de los aspectos de la empresa, esto sin dejar de lado una excelente comunicación, valorando siempre el trabajo en equipo e incentivando las buenas acciones.

Relación con Clientes y Proveedores

La razón de ser de la compañía, a la luz del marketing responsable es el cliente, de ahí se desprende la necesidad de satisfacer plenamente sus expectativas, deseos y necesidades, finalizándolo con el fin de cumplir con los objetivos empresariales y seguir siendo competitivos en el mercado.

Cumplimiento de las Leyes y Relación con Instituciones Estatales

En el marco actual las relaciones y conexiones entre las empresas y el Gobierno del territorio nacional se tornan cada vez más importantes, debido a que las decisiones que el gobierno establezca mediante su normatividad afectarán significativamente de manera positiva o negativa al desarrollo de cada empresa. Por lo tanto, las empresas deben implementar dentro de su plan estratégico la colaboración con el gobierno.

Las empresas, al considerar su extensión a nivel global, deben fortalecer aún más este vínculo, ya que dichas relaciones representan una mejora continua en su imagen corporativa, la influencia e impacto en el mercado, permitiendo involucrarse en asuntos de política pública, lo que permite que las empresas sean tenidas en cuenta en el desarrollo territorial y por ende desarrollen las prácticas de Responsabilidad Social.

De éstas las empresas promueven su desarrollo social y empresarial, proporcionando un crecimiento tanto interno como externo.

Relación con la sociedad, grupos sociales particulares, comunidades específicas.

Siendo la sociedad, quien actúa como gestora de la empresa, anotamos que la primera es expresada en términos de comunidad, pues integrantes tienden a compartir características comunes como por ejemplo sus costumbres o ubicación geográfica, entre otros; lo que naturalmente la lleva a perseguir objetivos comunes como la felicidad o el crecimiento económico.

Ahora bien, tomando la empresa como punto de partida, anotamos que la comunidad es el génesis de distintos grupos o actores que influyen de múltiples maneras en un entorno dado, pudiendo la empresa en este sentido, realizar un plan que le permita potenciar los efectos positivos que sus acciones y minimizar consecuentemente los negativos hacia la comunidad.

Finalmente consideramos que la impulsión de proyectos con una visión largoplacista contribuye de manera positiva al encuentro de la empresa con su comunidad, siempre y cuando la tendencia de promover una mejora en la calidad de vida de su gente sea una prioridad.

3.3. Código de Conducta**Informe Previo a la Elaboración del Código de Conducta*****Decisión de la alta dirección.***

Para Tecnialarmas Ltda. los principios, normas y valores son eje fundamental de su estructura corporativa, en razón de lo anterior estamos comprometidos con los lineamientos que regulan nuestra forma de proceder de una manera integral que evidencie nuestra cultura corporativa. Como manifestación de nuestra ética, la gerencia general de Tecnialarmas Ltda. en uso pleno de sus facultades decide establecer el Código de Conducta que establece los lineamientos y normas que deben enmarcar nuestro proceder al interior de la organización y fuera de ella en ejercicio de sus funciones como empleado de la misma.

Aplicación.

Este código de conducta es de obligatoria aplicación a todos los colaboradores internos y externos de la empresa Tecniarmas Ltda. sin exclusión de algunas de sus partes.

Conformación de un equipo que lo dinamice.

El equipo planificador del Código de Conducta está conformado por:

- Marly Dível Garcés Galindez
- Ubaldina Garcés Galindez
- Zuleima Irina López Mayoral
- Gerardo Alberto Paláu Pautt
- Katherine Trochez Salazar

Instancias de sensibilización y participación en la elaboración.

En la empresa Tecniarmas Ltda. pretendemos generar primeramente una serie de talleres de sensibilización para los integrantes de la organización que en este caso somos los estudiantes del curso mencionados anteriormente, con el objetivo de propiciar instancias de intercambio y discusión sobre casos prácticos que pueden ocurrir en la empresa, y considerar cuál debería de ser la posición a adoptar.

Estos talleres deberán estar integrados por los diferentes niveles de la organización y ser liderados por la Dirección de la empresa. Deberán abordar las temáticas de interés de cada organización (confidencialidad, conflictos de interés, declaraciones, trabajo de parientes, etc.).

Para llevar a cabo lo dicho debemos tener presente la misión y visión de la empresa, los valores, las metas que quiere alcanzar y de ahí generar la sensibilización adecuada.

Recopilación de insumos y redacción provisoria.

El equipo está conformado por el director de la alta gerencia y los integrantes del curso, los cuales contamos con el tiempo y los insumos adecuados para la redacción del código de conducta dirigido a la empresa de servicios Tecniarmas Ltda. contamos con un lenguaje adecuado, se realizara un documento práctico y de fácil acceso, además se incluirán

ejemplos prácticos en el Código de Conducta y se investigará el sector Cámara y Comercio el cual se incorpora en la empresa.

Consultas multisectoriales.

Esta consulta se realiza una vez se inicie con la redacción del código, la cual debe cumplir con la aceptación del tutor y de los integrantes del grupo colaborativo.

Consulta a peritos.

Esta consulta debe realizarse una vez finalizado el borrador del Código con fuentes externas y colaboradores del grupo colaborativo, sin embargo no se requieren expertos técnicos debido a la actividad económica de la organización y las instalaciones técnicas se realizan con funcionarios capacitados contratados por la organización.

Contenido de Código de Conducta

Empresa de Seguridad Electrónica Tecnialarmas Ltda.

Tecnialarmas Ltda. desde su fundación en el año 1979 hasta el día de hoy ha focalizado muchos de sus esfuerzos en fomentar y ser vivo ejemplo de valores que impulsen y orienten nuestra conducta de una manera ética con valores como la responsabilidad, equidad, lealtad, completo cumplimiento de las leyes aplicables a nuestra organización y a la sociedad en general que orientan nuestras prácticas comerciales y ejercicio de nuestras funciones día a día.

La misión de Tecnialarmas Ltda. es velar por la vida y bienes de nuestros usuarios a través de un servicio de Seguridad Electrónica Integral con equipos con tecnología de punta y personal idóneo que orienta sus esfuerzos en obtener altos niveles de eficiencia y calidad para todo su grupo colaborador, clientes, para nuestro grupo de abastecedores y socios de la compañía.

El objeto de este Código de Conducta es establecer un marco de referencia frente a las acciones ejecutadas y sobre el cual es posible medir cualquier actividad que se realice en el ejercicio de las funciones de la empresa Tecnialarmas Ltda., es de carácter obligatorio para todo el personal asesorarse con respecto del presente código de conducta en el evento de

tener dudas acerca de este en alguna acción específica, toda vez que la responsabilidad de los empleados es obrar correctamente y esta responsabilidad no es delegable ni transferible.

Nuestro Código de Conducta.

- Orienta nuestro patrón de comportamiento y establece las normas de conducta a seguir.
- Lo exhorta a practicar el principio de transparencia en el ejercicio de sus actividades al interior y exterior de la compañía.
- Está fundamentado en los valores, principios y ética actual de Tecnialarmas Ltda.

Los empleados deben orientarse por los siguientes principios fundamentales:

- Buscar siempre el mayor nivel de calidad y satisfacción de los clientes en los servicios ofertados y entregados.
- Anteponer los intereses de la empresa sobre los intereses personales.
- No generar conductas que dañen la imagen de la empresa.

Confidencialidad Empresarial.

Tecnialarmas Ltda. por ser una empresa dedicada a la prestación de servicios de seguridad, debe regirse bajo la ley de protección de datos, por lo tanto, los empleados, directivos y todos aquellos que participan en el desarrollo de los procesos de la empresa deben dar cumplimiento a esta ley, celebrando un acuerdo de confidencialidad comprometiéndose a salvaguardar toda la información de la compañía, los proveedores, clientes internos y externos, al igual que la señal digital, análogas, audio, video y datos provenientes de los sistemas de seguridad instalados a los usuarios. No se podrá revelar ni divulgar la información a terceros, se hará únicamente en los casos en los que lo exija la ley o por autorización explícita de la dirección de la empresa.

Conflicto de Intereses.

Los empleados y directivos deben trabajar en función de los intereses de la compañía y evitar que se generen situaciones en que sus acciones sean incorrecta o ilegalmente influenciadas por un interés secundario.

Las partes involucradas deberán reportar oportunamente al jefe inmediato y/o al área de talento humano la ocurrencia o la probabilidad en la que el empleado se encuentre frente a un conflicto de interés, para dar solución de manera justa y oportuna en pro del bien común y de los intereses propios de la organización.

Conducta Interna.

La conducta interna fortalece el vínculo del empleado con la empresa y sus elementos estratégicos.

Tecnialarmas Ltda. brinda a todos sus empleados un trato justo y digno, de ninguna manera usara el poder jerárquico para presionar, amenazar y/o acosar a los empleados; se compromete a proporcionar una comunicación efectiva y oportuna con todos.

La empresa trabajará en conjunto con los empleados para resolver los inconvenientes que se presente para fortalecer el clima organizacional, la empresa no permitirá comportamientos entre trabajadores que afecten la integridad psicología y física de los mismos.

Favores Comerciales.

Los obsequios y favores comerciales solo se pueden ofrecer a terceros si estos son coherentes con nuestro ejercicio comercial rutinario y no constituyen ninguna forma de comercialización al interior ni fuera de la organización, de la misma manera no pueden ser considerados como favores personales que representen beneficio comercial para alguna de las partes.

Los empleados no deben recibir regalos por parte de los clientes o proveedores que los comprometan de ninguna manera con la transacción comercial, por lo tanto queda prohibido recibir dinero u obsequios de valor comercial razonablemente altos que dejen en entredicho la transparencia del ejercicio de sus funciones.

Los obsequios entregados por los clientes y proveedores serán asignados al departamento que determine la gerencia general considerando la voluntad del donante del mismo.

Contravenciones.

Los empleados de Tecnialarmas Ltda. están obligados a cumplir las políticas de la organización y ejecutar las tareas asignadas conforme a este Código de Conducta el cual busca la realización de funciones bajo la ética, la legalidad y transparencia, el incumplimiento del mismo sin detrimento de las normas civiles y penales bajo las que nos regulamos en Colombia ocasionará sanciones a nivel laboral que podrán incluir la terminación unilateral del contrato de trabajo con justa causa de acuerdo al nivel de incumplimiento realizado.

Las sanciones serán catalogadas por el comité de ética de la organización de acuerdo a la gravedad de la acción realizada, este comité de la misma manera serán quienes determinan la sanción aplicable al funcionario.

La empresa no contara con listado de sanciones aplicables, estas serán determinadas de acuerdo a la gravedad de la acción realizada.

Negociaciones.

Tecnialarmas Ltda. concede gran valor a sus clientes y asociados, por eso procura dar un trato similar al que espera recibir, realizando con honestidad todas y cada una de sus tareas, negociaciones y contratos celebrados; teniendo como premisa ser leales, claros y transparentes, presentando siempre los servicios y productos de la empresa de manera honesta y directa, por ello esperamos que todos y cada uno de nuestros asociados, tomen las mismas acciones que están consignadas en este Código de Conducta empresarial.

En cuanto a la competencia, la haremos de manera leal y aplicando las leyes de competencia aplicables en todo el mundo, las que en ocasiones por ser el mundo tan extenso, tienen grandes variaciones, tanto en su alcance geográfico como de cobertura, por ello, Tecnialarmas Ltda. adoptará los lineamientos de las leyes de competencia aplicables en los lugares donde habrá operaciones y se asesorará de manera legal para comprender las mismas y hacer una aplicación efectiva.

Todos los empleados tendrán acceso con detalle a la información de Tecnialarmas Ltda., la que ordinariamente no es conocida por su clientela y que representa la seguridad tanto de la empresa como de sus clientes, por ello se constituye en información privilegiada y se prohíbe su divulgación, su negociación y todo acto que conlleve al conocimiento de la misma por terceros que no hagan parte de la empresa.

Quien o quienes incumplan esta norma, se harán acreedores a las sanciones a nivel interno y a las de índole penal que puedan ser aplicadas frente a la infracción cometida.

Uso de la Información de la Empresa.

Los sistemas de información que posee la empresa Tecnialarmas Ltda. son muy eficientes porque manejan grandes cantidades de datos los cuales pueden ser analizados, de tal manera que se puedan encontrar la información relevante para tomar diferentes decisiones, dentro de estos parámetros la empresa mantiene la información personal de sus clientes la cual está protegida y no puede ser divulgada a otros siempre y cuando lo exija la ley o las entidades competentes del tratamiento de bases de datos personales.

Es responsabilidad de cada empleado garantizar el pleno cumplimiento de todas las disposiciones de este código, garantizando los más altos estándares de integridad y responsabilidad personal. Todo incumplimiento de este código podrá dar lugar a la aplicación de medidas disciplinarias incluida la posibilidad del despido.

Comunicaciones Estratégicas.

Tecnialarmas Ltda. posee una infraestructura organizacional soportada en la planeación estratégica al cual se rige bajo los parámetros establecidos por la gerencia general. Priorizan la ejecución de actividades orientadas a la consecución de metas y objetivos organizacionales y de la misma manera considera y analiza las variables que pueden afectar el desarrollo de las estrategias, fusionan su proceder organizacional con la comunicación estratégica, la cual es un mecanismo que forma parte integral de los aspectos a tener en cuenta previo a la ejecución de actividades proyectadas hacia el éxito empresarial.

La comunicación es clave para innovar, desarrollar, y posicionar proyectos de tal manera que generen valor diferencial con respecto a su competencia, por ello la empresa

considera las comunicaciones y relacionamiento con audiencias de interés como parte fundamental de su estrategia y planeación.

Cultura Social y Religión.

Tecnialarmas Ltda. respeta la dignidad personal, la privacidad y los derechos personales de cada empleado y está comprometido a mantener un lugar de trabajo en el cual no existan situaciones de discriminación social y cultural. Por lo tanto, los empleados no deben discriminar respecto del origen, nacionalidad, religión, raza, género, edad u orientación sexual, ni deben tener ningún tipo de conducta de acoso verbal o físico basada en lo mencionado anteriormente o en cualquier otro motivo.

Los empleados que sientan que su ambiente de trabajo no cumple con los principios mencionados más arriba pueden plantear sus preocupaciones al responsable del área de Recursos Humanos.

Obligatoriedad y Vigencia.

En Tecnialarmas Ltda. asumimos la responsabilidad de garantizar que todos actuamos con ética, moral e integridad en todas las situaciones. Por tal razón este Código es de obligatorio cumplimiento y está vigente desde su aprobación hasta la finalización del contrato de la empresa.

Todo incumplimiento de este Código podrá dar lugar a la aplicación de medidas disciplinarias, se incluye posibilidad de despido de la empresa observaciones en la hoja de vida, llamados de atención y en caso de corresponder, a la iniciación de acciones legales o la aplicación de sanciones penales.

Glosario.

Proveedores: Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. (Debitoor, 2018).

Responsabilidad Social: La Responsabilidad Social Individual es la conducta ética del ciudadano para consigo mismo y con su entorno, yendo mucho más allá del cumplimiento de las obligaciones legales, esta está relacionada con nuestra actitud en el hogar, con

nosotros mismos, con nuestra familia, con nuestros amigos, con el ambiente, con el trabajo, con nuestros vecinos y con la sociedad. (Asociación Española para la Calidad, 2018).

Trato Equitativo: Un trato equitativo significa que todos los ciudadanos, en cualquier parte del país, tengan acceso a servicios similares. (Emprende Pyme, 2018).

Marco Normativo.

El propósito de este Código de Conducta es definir el marco dentro del cual nuestros empleados realizarán las actividades empresariales, las que naturalmente estarán acordes con los estándares tanto técnicos como de valores éticos, obligaciones jurídicas y políticas internas.

No siendo su fin primordial sería el manual exhaustivo de todas y cada una de las políticas empresariales o responsabilidades legales aplicables al puesto de trabajo del empleado de Tecniarmas Ltda.

Su fin es proporcionar y reforzar los valores junto con los principios fundamentales que le ayudarán al trabajador en la tarea de resolver, reportar y evitar los problemas legales, éticos, técnicos y de toda índole que puedan surgir en el ejercicio de sus labores dentro de la empresa.

Cabe aclarar que en caso de que no se hayan nombrado taxativamente las expectativas dentro de este manual, se espera que los trabajadores respeten el espíritu de la empresa y el de este Manual de Conducta.

Capacitación.

Tecniarmas Ltda., empresa que siempre está comprometida con la integridad y el desarrollo personal de los empleados, con el fin de fomentar su crecimiento y a su vez entregar un excelente servicio al cliente, capacitada a sus empleados en todas y cada una de las áreas necesarias para tener un correcto desempeño dentro de la empresa y fuera de la misma, brindando al cliente información precisa, clara, útil, concreta y adecuada a su necesidad, enmarcado todo esto dentro del marco la honestidad, productividad, eficiencia y calidad en el servicio.

Por ello se brindarán charlas, talleres, seminarios y todos los demás elementos necesarios para capacitar a sus empleados de la mejor manera, por ello se requiere que estos se

comprometan a asistir a las sesiones programadas, estudiar el material que se proveerá y aplicar los conocimientos adquiridos en todas las áreas del conocimiento, que abarcan desde lo humano hasta lo técnico, pues Tecniarmas Ltda. propugna por el desarrollo integral de sus empleados, que no sólo incluida de manera positiva en sus vidas, sino también en el desarrollo corporativo.

3.4. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del Código de Conducta

El departamento contable y administrativo en cabeza de la Gerencia General de Tecniarmas Ltda. es quien se encarga del proceso financiero de la empresa, la gerencia es quien da el visto bueno previo control presupuestal por el área de contabilidad.

La contabilidad se lleva según las normas legales vigentes y se somete a la auditoría externa exigida por ley, los informes financieros se encuentran a disposición de las entidades gubernamentales como lo es en el caso de la DIAN.

La asignación de recursos financieros exige que el funcionario que realiza la solicitud presente un informe de la necesidad con la información clara a su vez La Gerencia en común acuerdo con área contable determina que opción es más viable para la organización, si se hace la inversión por leasing, préstamo bancario o compra de contado.

- Planificación de las actividades y presupuesto.
- Planificación financiera: Inversiones, financiamiento, ingresos y costos, evaluación financiera.
- Ejecución y análisis: Elaboración de estados y balances, proyecciones, punto de equilibrio, Análisis financiero.
- Control y decisión: Monitoreo y control de la gestión y decisión.

La empresa maneja un perfil conservador en lo que al tema de inversiones se refiere pues valora mucho la seguridad y procura asumir posturas que representen el menor riesgo posible, por consiguiente se inclina por inversiones seguras.

En el caso de las compras de bienes o activos la autoridad para aprobar la inversión es la gerencia sin embargo existen unos montos mínimos que son autorizados por el coordinador administrativo, estos montos no superan un millón de pesos (\$1'000.000).

4. Stakeholders

4.1. Breve descripción de los Stakeholders

El término Stakeholder congrega a todas aquellas personas, grupos y entidades con interés particular hacia una empresa y que a su vez se ven afectados por el ejercicio de sus actividades.

En las organizaciones existen actores diferentes a sus propietarios, los cuales son personas o grupos con relación directa o indirecta que de alguna manera tienen interés en el desempeño de las funciones propias de la organización, hacen parte de estos grupos los empleados, clientes, proveedores, accionistas, organizaciones no gubernamentales, la comunidad, sindicatos, y la sociedad en general.

El término Stakeholder fue introducido por R. Edward Freeman en su libro llamado *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, publicado en 1984, en el cual aseguraba que los grupos interesados en las organizaciones eran esenciales y debían ser tomados en cuenta en la realización de la planificación estratégica y que estos actores directos o indirectos se veían afectados por el fracaso o el éxito de la organización.

4.2. Mapa genérico de Stakeholders de cada uno de los participantes

En el siguiente apartado se encontrarán la figura N° 1 de los Stakeholders.

Figura No. 1.

Mapa de Stakeholders de Tecnialarmas Ltda.

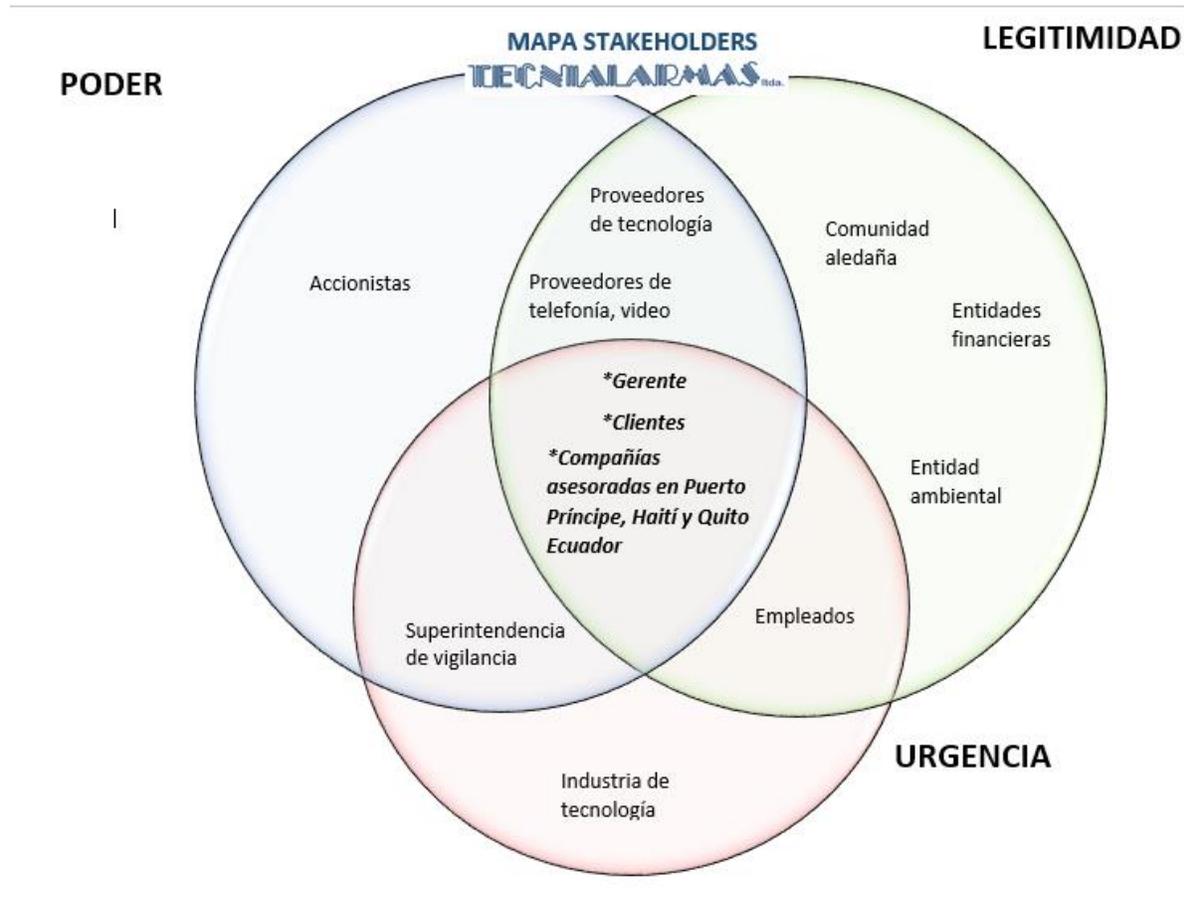


Figura 1, Muestra el mapa genérico de los Stakeholders (partes interesadas) de la empresa Tecnialarmas Ltda., las cuales afectan directa e indirectamente el funcionamiento de la empresa.

Por urgencia, la relación está marcada por el tiempo y es fundamental para la empresa seleccionada.

Por poder, el Stakeholder puede influir en otros para tomar decisiones que no habría tomado por su cuenta.

Por legitimidad, el Stakeholder tiene la capacidad de influencia moral o legal sobre el comportamiento de la organización.

Fuente: Elaboración propia

4.4. Matriz de relaciones (Influencia Vs. Impacto) entre la empresa seleccionada y los Stakeholders (Actores) identificados

Figura N° 2.

Matriz de influencia / impacto de los Stakeholders Tecnialarmas Ltda.

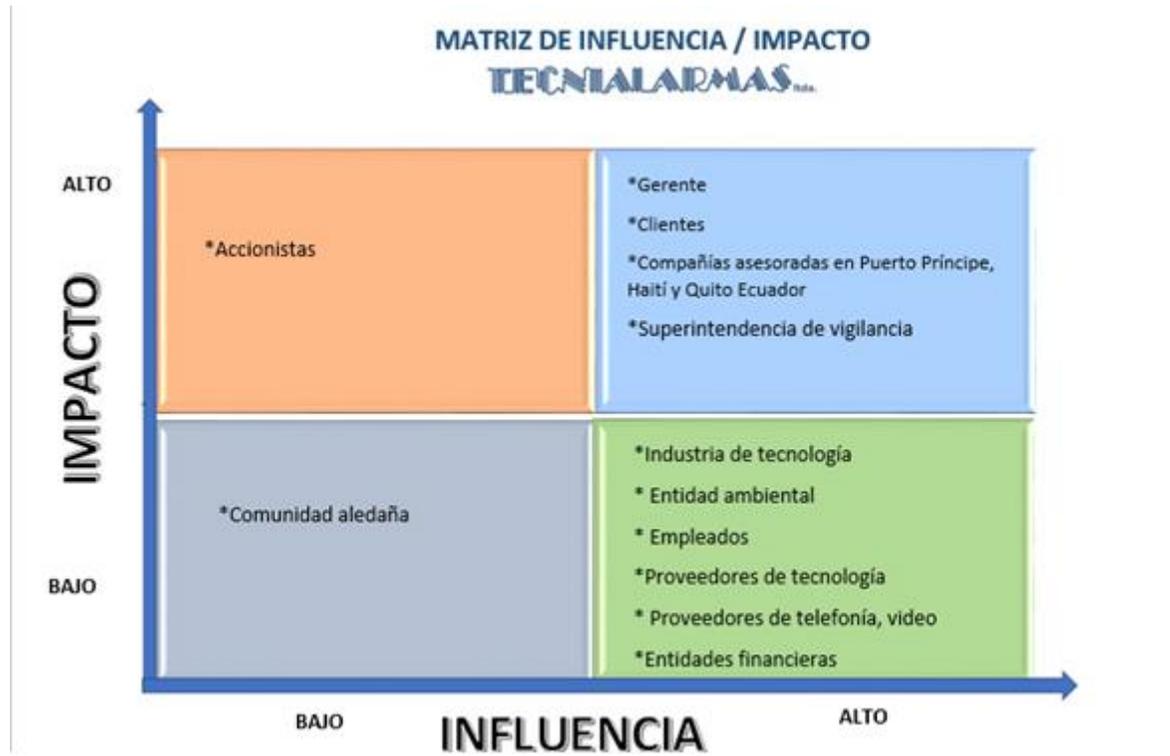


Figura 2, Muestra la Matriz de relaciones de influencia comparadas con las de impacto de los Stakeholders de Tecnialarmas Ltda. Los Stakeholders determinan un impacto e influencia bajo o alto de acuerdo a su ubicación la matriz los cuales afectan directa e indirectamente dentro de su funcionamiento a la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

5. Plan de Responsabilidad Social Empresarial

5.1. Plan de Responsabilidad Social Empresarial

En el siguiente apartado se encontrara la tabla N°2 en cual se evidencia el Plan de Responsabilidad Social propuesto para la empresa Tecniarmas Ltda.

Tabla N° 2

Plan de Responsabilidad Social Empresarial Tecniarmas Ltda.

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL TECNIARMAS LTDA.							
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
ECONOMICA	Gerente	Informar oportunamente de los avances logrados	Cada área de la empresa elaborara un informe bimensual determinando las mejoras e inconvenientes presentados para el correcto desarrollo de las funciones	Anual	Informes financieros, de gestión, de clientes y del posicionamiento en el mercado, papelería	Avance logrado / Proyección de avance anual x 100	Bimensual
	Entidades financieras	Obtener dinero para dar inicio o terminación a las inversiones de proyecto	Presentar 2 informes financieros a la entidad crediticia para que evalúen la viabilidad del préstamo	1 año	Papelería, actas o recibos de pago, estratos bancarios, formularios	Número de créditos aprobados / Número de créditos solicitados x 100	Semestral

	Establecer créditos financieros a una tasa de interés competitiva	Mantener al día los créditos bancarios, analizar las ofertas de créditos por las diferentes entidades bancarias	1 año	Gerencia financiera Estados financieros Documentos bancarios Activos de la empresa	Valor pagado de interés mensualmente / Valor total del crédito bancario x 100	Semestral
Empleados	Otorgar remuneración económica por el trabajo realizado en la empresa	Recibir personal capacitado con el perfil idóneo para desempeñar las funciones dadas	Cada 15 días	Papelería, actas o recibos de pago	Número de trabajadores existentes en la empresa con remuneración quincenal / Número de empleados contratados x 100	Quincenal
	Obtener ganancias por las ventas generadas	Invertir en el proyecto que les genere rentabilidad y que contribuya al crecimiento de la organización	Anual	Papelería, propuesta del proyecto, actas o recibos de pago	Número de accionista que invirtió / Ganancias generadas por el proyecto x 100	Mensual
Accionistas	Impactar económicamente de manera positiva a los grupos de interés a través del desarrollo y crecimiento de la empresa	Invertir en activos como vehículos, equipos, e infraestructura física y organizacional acorde a las necesidades de la empresa a fin de extraer de ella el mayor lucro posible como resultado de empleados comprometidos y con las herramientas necesarias para la ejecución de sus actividades	Anual	Capital, jefe de área de la empresa de cada área necesaria para ejecutar procesos y asesoría en adquisición de manejo de los activos, papelería, cotizaciones	Equipos adquiridos / equipos requeridos x 100	Mensual
	Recibir las utilidades del negocio velando siempre por su mantenimiento y resultados positivos.	Mantener comunicación constante con los gerencia y revisar los estados financieros	Anual	Informes mensuales financieros, cuentas bancarias, informes de cada área de la empresa	Porcentaje de costos mensuales / Total de utilidades mensuales x 100	Mensual

	Superintendencia de vigilancia	Garantizar el cumplimiento de las normas legales que regulan las empresas de seguridad y funcionamiento de la empresa	Capacitar al todo el personal de la empresa 1 veces al año en las normas legales que regulan las empresas de seguridad, realizar 2 veces al año auditorías internas, para validar la calidad de los servicios y productos ofertados Capacitar a la persona encargada de asesorar estas empresas, en información actualizada en los sistemas de seguridad electrónica a partir de tecnología de punta y equipos confiables	Anual	Lugar de capacitación, capacitador, papelería, normas ISO	No conformidades corregidas / No conformidades detectadas en la empresa x 100	Semestral
	Compañías asesoradas en Haití, Puerto Príncipe y Quito	Garantizar y fortalecer el convenio	Programar 4 reuniones con los ingenieros de las empresas distribuidoras, compra de equipos nuevos	Anual	Lugar de capacitación, capacitador, asistencia a ferias de seguridad nacional, papelería	Actualizaciones en nuevas tecnologías / Nuevas tecnologías en el mercado x 100	Semestral
	Proveedores de Tecnología, telefonía y video	Obtener los equipos de mejor calidad, para ofertar un excelente servicio a los clientes	Programar 4 reuniones con los ingenieros de las empresas distribuidoras, compra de equipos nuevos	Anual	Gerente, Jefe de compras, Ingeniero de Tecnología de Tecniarmas Ltda., ingenieros de las empresas proveedoras, sala audiovisual para la capacitación vía Skype	Número de equipos ingresados a la empresa / Número de equipos nuevos ingresados en el mercado x 100	Semestral
SOCIAL	Empleados	Mejorar las relaciones laborales entre los trabajadores y así la eficiencia en los servicios que presta la empresa	Verificar, analizar y describir explícitamente cada una de las funciones desde el inicio hasta el final de cada cargo en su respectivo proceso, capacitar 2 veces al año sobre trabajo en equipo, tolerancia, manejo y control	Anual	Lugar de capacitación, Capacitadores, papelería, premio	Número de empleados capacitados / Número de empleados de la empresa x 100	Semestral

		de estrés, manejo del ambiente laboral – Clima Organizacional. Incentivar premiando al mejor compañero del mes				
Clientes	Satisfacer sus necesidades y superar sus expectativas	Capacitar a los empleados continuamente en los nuevos procesos o tecnología que aplique la empresa. Realizar seguimiento a los equipos tecnológicos que presenten fallas para tomar medidas preventivas. Implementar o modificar un producto de acuerdo a las necesidades de los clientes anualmente	Anual	Lugar de capacitación, Capacitadores papelería, planillas de seguimiento, encuestas	Clientes satisfechos / Clientes encuestados x 100	Trimestral
Empleados	Contribuir en la mejora de la calidad de vida de los Stakeholders propuestos y mejorar valores humanos	Crear y poner en marcha un programa de profundización en valores humanos, apoyado el desarrollo personal, familiar y laboral, dentro de los talleres se proponen los temas de: ética, autoestima, asertividad, familia, alcoholismo, drogadicción, etc.	6 meses	Instalaciones de la empresa, conferencistas y material de apoyo	Familias de los trabajadores capacitados / Total de familias de los trabajadores de la empresa x100	Mensual
Empleados	brindar estabilidad económica y ascenso laboral	Mantener satisfechos a los empleados con salarios justos por las actividades realizadas y brindándoles la oportunidad de crecer laboralmente permitiendo el	Anual	Área de Gestión humana, informe de desempeño, hojas de vida	Número ascendidos / Número de empleados de la empresa x 100	Mensual

accenso de acuerdo a las vacantes de la empresa y perfil del empleado

	Industria de tecnología	Mantener actualizado los sistemas de seguridad electrónica a partir de tecnología de punta y equipos confiables	Visitar en el años 2 ferias de seguridad nacional	A anual	Recursos financieros, Ingeniero de Tecnología de Tecnialarmas Ltda., papelería	Sistema de seguridad electrónica actualizado en la empresa / Sistema de seguridad electrónica nuevos en el mercado x 100	Semestral
	Comunidad aledaña	Garantizar el bienestar de la misma	Implementar sistema de seguridad en el sector, con una cobertura de una manzana cuadrada alrededor de la que se encuentra la empresa	A anual	Equipos electrónicos, técnicos en instalación, presupuesto de inversión	Equipos instalados / equipos propuestos x 100	A anual
AMBIENTAL	Entidades ambientales	Reducir el grado de contaminación ambiental	Realizar seguimiento mensual a los equipos obsoletos, las baterías usadas de plomo-ácido, distribución diariamente y de forma correcta los residuos sólidos arrojados como consecuencia de la actividades diaria, realizar 2 capacitaciones a los empleados en manejo de estos residuos creando conciencia de su impacto para el medio ambiente	A anual	Inventario, salón de capacitación, capacitador, papelería, plantilla de seguimiento a los equipos, informe residuos	Residuos peligrosos manejados adecuadamente / Residuos peligrosos total de la empresa x 100	Bimensual

Tabla 2, Muestra el Plan de Responsabilidad Social realizado para la empresa Tecnialarmas Ltda., en el que se especifica las estrategias, plazos, recursos, indicadores, el seguimiento y Stakeholders con el que se pretende dar cumplimiento a los objetivos planteados a estos últimos, los que encontramos en la *Figura No.1* (Mapa de Stakeholders).

Fuente: Elaboración propia.

5.2. Plan de Comunicaciones a los interesados (Stakeholders)

Tabla N° 3

Plan de comunicaciones Tecnialarmas Ltda.

PLAN DE COMUNICACIONES			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económica	Gerente	Mensual	Informe por correo electrónico
	Entidades financieras	Mensual	Extractos bancarios físicos Balances financieros
	Empleados	Quincenal	Cuentas bancarias Colillas de pago
	Accionistas	Mensual	Medio electrónico Informes ejecutivos virtual y físico Informes financieros virtuales y físico
	Superintendencia de vigilancia	Mensual	Informes escritos
	Compañías asesoradas en Haití, Puerto Príncipe y Quito	Semestral	Comunicación vía Skype Visita física en caso de requerirse
	Proveedores de Tecnología, telefonía y vídeo	Cada dos meses	Visitas físicas Skype
Social	Empleados	Mensual	Correos electrónicos Capacitaciones virtuales y físicas cartelera informativa
	Clientes	Cada dos meses	Informe escrito Junta
	Industria de tecnología	Cada dos meses	Lanzamientos Presentaciones
	Comunidad aledaña	Cada seis meses	Visitas físicas
Ambiental	Entidades y/u organizaciones medio ambientales	Mensual	Documentos legales según la norma Correos electrónicos

Tabla 3, Muestra el Plan de Comunicaciones de la empresa Tecnialarmas Ltda., en el que se especifica la frecuencia con la que mantendremos informados a los Stakeholders identificados en cada dimensión acerca de las actividades planteadas en el Plan de Responsabilidad Social como se evidencia en la Tabla No. 3 (Plan de Responsabilidad Social).

Fuente: Elaboración propia.

5.3. Modelo de informe de gestión recomendado

Recomendación del Modelo de Informe Responsabilidad Social Empresarial

El modelo de gestión seleccionado para la empresa Tecniarmas Ltda. es el GRI, siendo este un standard a nivel mundial elaborado por la Global Reporting Initiative en cooperación con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), cobrando vital importancia del trabajo que se realiza para la concreción, la estandarización de criterios de sostenibilidad y su establecimiento, esto mediante la elaboración de informes y estudios de situación que serán sucedidos por la posterior publicación de conclusiones sobre éstos, lo que da lugar a los indicadores que tratamos en nuestro informe.

Cabe anotar que a nivel internacional hay una estandarización que dictamina la forma en la que se hará su aplicación, haciéndolos perfectamente compatibles con otro tipo de estándares de referencia que están relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial como por ejemplo la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social.

Los indicadores de los que hablamos son: los de rendimiento económico, que tienden a hacer un seguimiento a la parte financiera de la compañía, lo que incluye ventas y costos en general; los de rendimiento ambiental, que se encargan de hacer un monitoreo de las emisiones de residuos, del uso de materias primas, entre otros y finalmente los indicadores de rendimiento social, estando su enfoque hacia la relación que se da entre la organización misma y los trabajadores que pertenecen a esta, evaluando niveles de formación, respeto, derechos humanos, seguridad para los trabajadores y salubridad en las instalaciones, entre otros.

6. Conclusión

Mediante este trabajo hemos podido seleccionar una empresa del sector de seguridad electrónica ubicada en la Costa Atlántica denominada Tecnialarmas Ltda., la cual es una compañía dedicada a proteger la vida y bienes de sus usuarios a través de un servicio de Seguridad Electrónica Integral.

En esta empresa, identificamos diversos problemas internos y externos cuyos impactos afectan de manera negativa a la empresa en tres dimensiones como son, la económica, la social y la ambiental; por lo tanto, llevamos a cabo el desarrollo y diseño de un Código de Conducta a través del análisis de las funciones de la empresa, en el cual se indicaron las pautas de conducta y los criterios por los cuales se regirán todos los colaboradores de la empresa al realizar acciones, resolver problemas y tomar decisiones en el contexto de del negocio.

Cabe resaltar que para su elaboración realizamos un comparativo entre Marketing Social y Marketing Corporativo que nos ayudó a contextualizarlos dentro de los temas de Responsabilidad Social Empresarial, al igual logramos identificar los diferentes Stakeholders que intervienen de forma directa e indirecta a la empresa, así como su Influencia Vs. el Impacto que cada uno genera en la empresa y a su vez cómo son afectados. Gracias al estudio, análisis, dedicación y esfuerzo de cada uno de los integrantes del grupo del diplomado se logró la elaboración del Plan de Responsabilidad Social para la empresa Tecnialarmas Ltda.

7. Bibliografía

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

Arroyo, R. (2012). *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>

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>

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>

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

Cueto, C. & Cuesta, M. (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>

Dacasa, E. (2017). SOBRE LA ÉTICA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. (Spanish). Revista Académica, Facultad De Derecho, 14(29), 43-92. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=lgs&AN=124347352&lang=es&site=eds-live>

Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. [N.p.]: 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*. 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 <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>

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>

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

Modelo de administración de recursos humanos, recuperado de <https://malejavillalobosv.wordpress.com/2013/11/11/modelo-de-administracion-de-recursos-humanos-de-idalberto-chiavenato/>

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (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

Palacios, F., García, D. & Espasandín, F. (2014). Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión diagnóstico e impacto en la empresa. (pp. 11-28). Madrid, ES: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=4909723>

Porter, M. (2015). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. 2a. edición. Capítulo 1. Editorial Patria. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=15&docID=4824579&tm=1510603257111>

Prieto, J. (2012). *Gestión estratégica organizacional (4a. Edición)*. [N.p.]: Ecoe ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=547340&lang=es&site=eds-live>

Anexos

Enlace del vídeo Contextualización Sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Vs. Marketing

<https://youtu.be/k4UfcaWD5II>

Poster

