



**Plan de Responsabilidad Social Empresarial Para la Empresa
COOPROFESORES**

**Mabel Gisela Rojas Vargas
Íngrid Judith Pico González
Martha Jessica Jaimes Gutiérrez
Emilce Solano Rueda
Juan Carlos Gómez Calderón**

**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 Para la Empresa
COOPROFESORES**

Presentado Por:

Mabel Gisela Rojas Vargas _ 1.096.953.172

Ingrid Judith Pico González _ 1.098.610.052

Martha Jessica Jaimes Gutiérrez _ 1.095.916.591

Emilce Solano Rueda _ 63.519.106

Juan Carlos Gómez Calderón _ 91.491.703

Grupo: 101008_11

Directora:

Mg. María Érica Narváez

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

	Pág.
Resumen	7
Summary	8
Introducción	9
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	10
1. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Cooperativa Financiera.....	10
1.1 Direccionamiento estratégico	11
Misión.....	11
Visión	11
Principios de COOPROFESORES.....	11
Objetivos de COOPROFESORES	12
1.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial	15
2. Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.....	16
2.1 Código de ética y conducta	18
2.2 Contenido código de conducta empresa COOPROFESORES	19
2.3 Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción	32
2.4 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta	32
Glosario	34
3 .Stakeholders	35
3.1 Breve descripción de los Stakeholders.....	35
3.2 Recomendación del modelo de informe RSE	49
4. Conclusiones	50
5. Bibliografía.....	52
Anexos.....	53

Lista de tablas

Pág.

Tabla 1. Formato de evaluación del Impacto.....	14
Tabla 2. Cuadro Recursos Financieros.....	32
Tabla 3. Matriz de relaciones (Influencia vs. Impacto).....	40
Tabla 4. Propuesta plan de responsabilidad social de la empresa COOPROFESORES.....	41
Tabla 5. Plan de Comunicaciones COOPROFESORES.....	46

Lista de figuras

Pág.

Figura 1. Mapa de genérico stakeholders.....	37
--	----

Resumen

El presente trabajo es realizado a la Cooperativa de ahorro y crédito COOPROFESORES está basado en la elaboración de un plan de responsabilidad social empresarial, teniendo en cuenta los impactos económicos, sociales y ambientales que se han generado en el transcurso del servicio a la comunidad; se establece un modelo gerencial, posteriormente se propone el código de conducta donde se describen los valores y principios éticos, tomando consideración los aspectos financieros y de inversión, realizamos un video donde se identifica y se aplica el marketing social y corporativo de la empresa. Seguido se desarrolla un mapa genérico de los Stakeholders donde se establecen los grupos de interés interno y externos identificando cuál es su influencia e impacto en la Cooperativa. Este trabajo se culmina con la elaboración de un Plan de Responsabilidad Empresarial basados en las dimensiones y stakeholders identificados para la organización, estableciendo objetivos, estrategias, plazos, recursos, indicadores seguimiento, frecuencia y medios.

Palabras claves

Responsabilidad social, Económico, código de conducta. Modelo gerencial, Stakeholders

Summary

The present study is done by the Savings and Credit cooperative named COOPROFESORES. This cooperative is based on the elaboration of a plan that is socially responsible for taking into account the different economic, social and environmental changes. These changes have been generated for the community's benefit and they have been established as a management model that later on will propose the conduct code where values and ethical principles will be described. We created a video taking into account financial and investment aspects where we identify and apply social marketing and corporate to the company. Then, we developed a generic map of the stakeholders where it was established the different interest groups internally and externally identifying the influence and impact of the cooperative. This present study ended by designing a company responsibility plan that was grounded in different dimensions and stakeholders selected by the organization. This plan established objectives, strategies, deadlines, resources, follow up indicators, frequency, and means of communication.

Key words

Socially responsible, Economy, conduct code, Management model, stakeholders

Introducción

En el presente trabajo se realizó una evaluación de impactos sobre la empresa escogida posteriormente se plasma un modelo gerencial para dar paso al código de conducta empresarial, se definen los recursos financieros y las decisiones de inversión para la ejecución del código de conducta, de manera grupal se escogen los Stakeholders los cuales son definidos y colocados en un mapa genérico para dar paso a la matriz de impactos vs influencias, por último se completa el trabajo con el plan de desarrollo del plan de responsabilidad social en sus ámbitos económico social y ambiental.

Adicional a esto se analizó la estructuración del código de conducta de COOPROFESORES, en donde se contemplan los principios, valores, bases de comportamiento, que al ser aplicados por la empresa contribuyen para una mejor convivencia interna y externa de la comunidad con la que se desarrollan las actividades y para quienes la realizan.

Esperamos con esta propuesta contribuir con una herramienta que puede ayudar a mejorar las relaciones sociales de la empresa con la comunidad. Posiblemente ser responsable, socialmente, ayuda a que los resultados que se pueden obtener sean mejores, así como tener una buena apreciación por parte de la comunidad a la que presta sus servicios.

Objetivo General

Elaborar la propuesta del plan de Responsabilidad Social Empresarial para COOPROFESORES identificando los impactos económicos, sociales, ambientales e incluyendo estrategias de mitigación que aporten valores en el desarrollo normal de las actividades de la empresa.

Objetivos Específicos

- Desarrollar el plan de responsabilidad social empresarial de la empresa
- Redactar el código de conducta de la empresa seleccionada
- Realizar un video de contextualización sobre RSE vs Marketing.
- Diseñar el mapa genérico y matriz de impactos de los Stakeholders para COOPROFESORES.
- Elaborar un plan de responsabilidad social empresarial a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales generados por COOPROFESORES.

1. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Cooperativa Financiera

COOPROFESORES

La Cooperativa COOPROFESORES, En el 2018, la Cooperativa celebró medio siglo de existencia acercando los sueños de los asociados, con cifras muy representativas como: 2040 créditos hipotecarios colocados, 156 niños vinculados al programa Juanito Cooperado, 13 edificios de apartamentos construidos para asociados, 290 soluciones inmediatas de vivienda entregadas y otras actividades orientadas a dar respuesta a las necesidades económicas y de bienestar de sus asociados Cuenta con agencias ubicadas en varios municipios del país (regionales). Su sede principal se encuentra en la ciudad de Bucaramanga.

1.1 Direccionamiento estratégico

Misión

Mejorar la calidad de vida de sus asociados y servidores, mediante la prestación de servicios conformes con los principios y valores cooperativos.

Visión

La Cooperativa será la mejor opción para satisfacer las necesidades de sus asociados y servidores.

Principios de COOPROFESORES

Respeto

Es la capacidad para mantener una actitud de comprensión y tolerancia hacia las personas, tratándolas con deferencia, consideración y reconocimiento a su integridad, dignidad, creencias, costumbres y derechos.

Actitud de Servicio

Se entiende como el compromiso profundo de directivos, gerencia y empleados de COOPROFESORES para que nuestra labor diaria sea útil a los asociados, a la sociedad, comunidad en general, medio ambiente y demás sectores que se relacionan con nuestra cooperativa.

Confianza

El trabajo con honestidad y transparencia, genera credibilidad y trato amable entre asociados y entre ellos y los directivos y empleados de la Cooperativa.

Solidaridad

Tenemos intereses, propósitos y sentimientos comunes, con el fin de producir servicios que mejoren la calidad de vida de la comunidad de asociados.

Trabajo en Equipo

Es el valor por el cual directivos, gerencia y empleados de COOPROFESORES coordinarán e integrarán esfuerzos para obtener mayores niveles de productividad, lograr los objetivos institucionales y mejorar la prestación del servicio.

Objetivos de COOPROFESORES

La Cooperativa Financiera COOPROFESORES, tiene como objeto la intermediación financiera, a través de un portafolio de productos de ahorro y crédito, programas y servicios sociales y culturales, para alcanzar el bienestar de sus Asociados y Ahorradores. Ofrece a sus asociados y ahorradores aspectos principales, que buscan garantizarles un portafolio de productos con valor agregado y menor costo:

- Facilidad de acceso en la vinculación y al uso de los productos y servicios financieros. 1. Asesoría efectiva acorde con sus necesidades y expectativas.
- Compromiso y respuesta oportuna en la prestación del servicio
- Actitud y calidad humana en el servicio.
- Productos y servicios financieros que generen bien-estar y construyan cultura solidaria. Una oferta de programas y servicios sociales complementarios.
- Seguridad, solidez y transparencia en el manejo de los recursos y la gestión organizacional

1.2 Formato de evaluación del Impacto de la Cooperativa Financiera COOPROFESORES

Tabla 1. Formato de evaluación del Impacto

	Evaluación	Impacto	Prioridad atención (alta, media, baja)
Económico	Interno: incremento del pasivo entre 2016 y 2017 relacionados con las obligaciones bancarias e intereses, al tiempo que se empezó a evidenciar una disminución de la inversión, lo que podría afectar a mediano y largo plazo la rentabilidad de la organización. No obstante, se mantiene un incremento en sus activos y patrimonio	Negativo	Bajo
	Externo: altas tasas de interés por parte del Estado, que impacta en las tarifas de ahorro, crédito y asociación de la organización. 13 Lleva la contabilidad de todas sus operaciones conforme a las disposiciones legales vigentes.	Negativo	Bajo
Social	Interno: a pesar de la expansión de los últimos años, la Cooperativa COOPROFESORES mantiene una tendencia de centralización de sus operaciones en el centro y oriente del país, dejando de impactar otras regiones productivas, que prometen un desarrollo a mediano y largo plazo en el marco del posconflicto.	Negativo	Medio
	Externo: no existen condiciones de seguridad e infraestructura para desplegar los productos de ahorro, crédito y asociación a regiones apartadas del país. Diseña y desarrolla programas y estrategias que estimulen la participación activa de la niñez y la juventud en el Proyecto Asociativo - Empresarial de la Cooperativa COOPROFESORES, en los procesos participativos de la comunidad que influencia y el Sector Solidario; por medio del fomento de la cultura del ahorro, la cultura solidaria y ciudadana.	Negativo	Medio
Ambiental	Interno: afectación al medio ambiente (alteración cursos de agua, contaminación y bosque primario) por el funcionamiento de centros recreacionales y hoteleros. Existe la necesidad de conservar, investigar y restaurar ecológicamente. La Cooperativa Confiar crea un aspecto a través de la promoción y protección del pensamiento, métodos y prácticas solidarias, del diseño y desarrollo de programas y estrategias de educación y formación, turismo y recreación, cultura y arte; de la solidaridad y ayuda mutua; para el mejoramiento de la calidad de vida de los Asociados y Ahorradores, sus familias y la comunidad.	Negativo	Medio
	Externo: falta de articulación con autoridades administrativas locales, para vinculación a programas de favorecimiento a la biodiversidad. Existe alianza con empresa privada para programas de protección y cuidado del agua, pero sus resultados no son visibles y no se evidencia un real impacto en términos de ahorro, cuidado y descontaminación.	Negativo	Medio

Fuente: propia

1.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

La Cooperativa Financiera COOPROFESORES, es una empresa de carácter solidario y con una filosofía asociativa, que oferta productos de ahorro y crédito, y desarrolla al tiempo programas en diferentes ámbitos que facilitan el buen vivir de sus asociados, en cuanto a educación, cultura, medio ambiente, entre otros, configurando por su propia estructura y funcionamiento, la necesidad de generar todo un plan de responsabilidad social empresarial, con un enfoque sobre la protección del medio ambiente y la biodiversidad, el cuidado del agua y el incentivo para la creación de empresa.

Esta necesidad surge a partir del contacto permanente, impacto y afectación sobre el medio ambiente, en lo concerniente al funcionamiento de centros recreacionales y de descanso, que afectan el curso de cauces de agua y lo contaminan: además de afectar zonas de bosque primario por los desplazamientos y la zona presencia humana.

El compromiso que como empresa debe adquirir al lado de sus asociados con el cuidado del agua, bajo campañas y alianzas con organizaciones publico privadas para fortalecer e implementar mecanismos solidarios propios y de intercooperación, integración y alianzas entre las organizaciones del sector cooperativo y solidario, las organizaciones sociales, comunitarias, organizaciones no gubernamentales, las entidades educativas, culturales y otras afines, para juntar esfuerzos en la vía del propósito y en los territorios donde cooprofesores tenga presencia.

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

Buscando información acerca de la iniciativa mundial aplicada para los códigos de conducta, indudablemente el tema está relacionado con la responsabilidad social empresarial. Al respecto, Camacho, J. es su ensayo realizado en el año 2015 manifiesta que “Cualquier empresa debe armonizar en su actividad de producir, comercializar o vender el escenario de la rentabilidad económica y de la estabilidad financiera, con los derechos humanos, con los derechos laborales, con el bienestar social, la garantía integral y la protección ambiental”.

También menciona que los temas relacionados con la responsabilidad social debido a la globalización son aplicados a profundidad desde la década de los 90 y que fueron contemplados en el año 2001 por la Comisión Europea aprueba el libro verde. Por las naciones Unidas desde el año 2000 con el programa PUDO, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Nuevamente en el 2009 por la Comisión Europea en donde exhorta a las empresas a que desarrollen políticas éticas y responsables. En la actualidad se tiene en cuenta la norma internacional ISO 26000:2010 que, aunque no es una norma de certificación internacional, contiene directrices voluntarias para las empresas en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial

2.1 Código de ética y conducta

La empresa voluntariamente fundamentada en que esta tenga un compromiso ético decide elaborar el código de conducta para todas las personas que intervengan en los procesos, dándole a conocer la importancia de la ética y la aplicación de este código de conducta

A quién aplica

Crear un ambiente de trabajo positivo en el que se traten con respeto, corrección y profesionalidad las personas es asignado y motivado según sus capacidades y su potencial, no toleramos el mobbing, ni el acoso, ni la discriminación.

Trato con los socios

Para nosotros es sumamente importante cuidar la relación con nuestros socios. Sin embargo, estas relaciones nunca podrán ser más importantes que nuestros principios éticos, por los que estamos obligados a la honestidad, la integridad y el respeto a las normativas legales, elegimos a nuestros socios basándonos exclusivamente en criterios objetivos y de relevancia empresarial.

Nos preocupamos por que nuestros socios compartan nuestras normas de conducta en lo relativo a prácticas empresariales y ética, No aceptamos ni obsequiamos regalos de empresa que puedan influir en la toma de decisiones empresariales.

No toleramos la corrupción, la transparencia debe primar en las donaciones, que no podrán estar sujetas a la compra de nuestros productos ni se podrán realizar para obtener una ventaja empresarial directa.

Conducta respecto a empleados públicos y figuras partidos políticos

Debe tenerse en cuenta que la legislación sobre delitos de corrupción es mucho más estricta en relación con los empleados públicos, no realizamos ningún pago ni proporcionamos ninguna ventaja económica, las figuras políticas y los partidos políticos. Debe abstenerse de realizar pagos a funcionarios o representantes de la autoridad para acelerar los procedimientos oficiales.

Conducta respecto a la competencia

La competencia con nuestros competidores debe ser limpia. No adoptamos conductas competitivas que vayan contra la ley, por ejemplo, pactos no permitidos o abusos de una posición destacada en el mercado.

Conducta empresarial general

Cumplimiento de las normativas legales se compromete a respetar las leyes, normativas y directivas. Esperamos de nuestros trabajadores que conozcan y respeten los requisitos legales que atañen a sus funciones.

Instancias de sensibilización y participación

Es adecuado generar una serie de talleres de sensibilización para los integrantes de la organización, 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 COOPROFESORES. Deberán abordar las temáticas de interés de cada organización tales como confidencialidad, conflictos de interés, declaraciones, trabajo de parientes, etc.

Es posible plantear que una herramienta de capacitación y desarrollo que permite abordar objetivos con los talleres de sensibilización, ya que su foco radica en influir sobre las ideas, estereotipos, percepciones y conceptos de personas y grupos para lograr un cambio a nivel actitudinal respecto de alguna temática particular, través del acercamiento de vivencias y teorías a la forma que tienen las personas de entender la los talleres de sensibilización

constituyen una herramienta de gran ayuda para el desarrollo de actitudes y conocimientos que faciliten la implementación de nuevas ideas y procesos en una organización, no solo disminuyendo las resistencias.

Conformación del equipo:

El área o equipo que tome el tema deberá planificar las acciones a realizar y establecer un Manual para COOPROFESORES y elaborar códigos de ética empresarial con un cronograma de trabajo, al planificar la instancia definirá a qué personas, tanto dentro como fuera de la organización, se invitará a trabajar en el proyecto. Este equipo será responsable de la definición de los temas, los plazos, los recursos económicos a considerar en cada etapa, etc. En el armado de los grupos se recomienda que no sean muy numerosos (máximo 10 personas) y que se designe a un responsable de equipo

A. Uso y asignación de recursos:

Los bienes, instalaciones, recursos humanos y financieros de COOPROFESORES deben ser utilizados únicamente para cumplir con su misión, adoptando criterios de racionalidad y ahorro. Acciones y abstenciones: Usaré y asignaré en forma transparente, equitativa e imparcial y bajo los criterios de racionalidad, austeridad y ahorro, los recursos humanos, materiales y financieros, para que el trabajo, tareas e instrucciones que sean encomendadas se realicen de manera eficiente, utilizándolos responsablemente para el cumplimiento de la misión de COOPROFESORES

Utilizar las instalaciones o áreas comunes de la COOPROFESORES auditorio, salas de juntas, salas de capacitación, entre otras, para cuestiones estrictamente laborales, respetando los tiempos asignados, realizar en forma oportuna, la comprobación de los recursos financieros que proporcionen, ya sea para cumplir una comisión oficial o para efectuar alguna contratación, observando la normatividad aplicable Efectuar, con diligencia y cuando corresponda, los actos relativos a la entrega recepción del informe de los asuntos a cargo y de los recursos que tenga asignados.

Utilizar con moderación los servicios de teléfono, fax y correo electrónico, cuando se trate de asuntos personales, cubriré oportunamente y con recursos propios todas las llamadas a teléfonos celulares y de larga distancia que hayan sido realizadas. Atenderé y responderé oportunamente y con seriedad las encuestas de COOPROFESORES encaminadas a mejorar los servicios internos y del clima laboral.

Utilizaré preferentemente los medios electrónicos establecidos para comunicarme con otras áreas evitando, en la medida de lo posible, generar oficios y papeleo innecesario respetaré la Política de Seguridad Informática establecida en la institución, absteniéndome de instalar en los equipos de cómputo asignados sin las autorizaciones correspondientes, programas o aplicaciones que tengan una finalidad distinta a las responsabilidades laborales, así como de reproducir o copiar programas desarrollados por COOPROFESORES .

Me abstendré de utilizar el servicio de copiado para asuntos personales. Me abstendré de retirar de las instalaciones de COOPROFESORES, los bienes que me sean proporcionados para el desempeño de mis funciones, salvo en aquellos casos en que las actividades inherentes a mi cargo, empleo o comisión así lo requieran. Me abstendré de utilizar los recursos humanos, financieros o materiales de COOPROFESORES, para favorecer o perjudicar bien de solicitar o exigir la colaboración de mis compañeras y compañeros para dicho propósito. Me abstendré de hacer mal uso del equipo de oficina, parque vehicular y en general de los bienes de COOPROFESORES, reportando cualquier falla que presenten y de la que tenga conocimiento. Me abstendré de utilizar los servicios contratados por Coopprofesores, para fines personales o para beneficiarme económicamente. Me abstendré de utilizar, compartir, alterar u ocultar información de COOPROFESORES, para obtener beneficios económicos o de cualquier índole o bien, para favorecer o perjudicar a un tercero.

a. Recopilación de insumos y redacción provisoria

Para la elaboración del presente código Los integrantes de este grupo de trabajo tendrán facultades para seleccionar los insumos recibidos y redactar los contenidos del Código de Conductas tendrá en cuenta un lenguaje sencillo, conciso y fácil de entender en todos los niveles; se recopilarán insumos y se redactarán adecuadamente hasta la elaboración de un documento práctico, el cual será socializado a todos los integrantes de la empresa COOPROFESORES ; el presente código estará respaldado bajo las normas internas, órdenes e instrucciones citadas por los directivos de la empresa que tengan fecha anterior a la elaboración del presente código, lo cual servirá de apoyo, refuerzo y/o integración y organización de la actividad. Es recomendable investigar si el sector, cámara o asociación al que pertenece la empresa posea algún Código específico que contenga información a incorporar.

b. Consultas Multisectoriales: Una vez se redacte la primera versión del Código de conducta, se deberá hacerse una nueva ronda de consultas a todos los niveles, para las

correcciones y aportes, antes de implementar el Código de manera definitiva.

c. Consulta a Peritos: Cuando se tenga un borrador del Código de conducta, se deberá compartir con los asesores de la Cooperativa, así como también con personas diferentes pero que pertenezcan al gremio cooperativo; también estos asesores deben revisar el código de conducta, con la misión de que tenga coherencia con algunos efectos jurídicos, como los conflictos de intereses, protección de información, acoso laboral, competencia desleal.

2.2 Contenido código de conducta empresa COOPROFESORES

El presente Código de Ética y de Conducta contiene las pautas del comportamiento de las personas vinculadas, directa o indirectamente a la Cooperativa de Profesores, las cuales deben ser cumplidas por sus destinatarios de manera consciente y obligatoria, por estar inspiradas en la ley, los estatutos de la cooperativa, los reglamentos internos, y por formar parte del Sistema Integral Prevención y Control del Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo “SIPLAFT” de la Cooperativa de Profesores.

Este código tiene por finalidad proteger la integridad económica, financiera y moral de COOPROFESORES y sus vinculados, en concordancia con el mantenimiento del más alto nivel de seriedad y cumplimiento del sistema financiero cooperativo y consigna los lineamientos que deben guiarnos, para desplegar en todo momento, un comportamiento basado en principios éticos y en un marco de valores aplicables a todas y cada una de las acciones que desempeñamos diariamente en ejercicio de nuestros cargos buscando el autocontrol y la búsqueda del crecimiento personal, laboral, y el de la cooperativa en general.

A. Principios éticos universales: Se trata de normas de carácter general, máximamente universales, que nacen del reconocimiento de la dignidad humana y de la necesidad de su pleno desarrollo en convivencia, en armonía y en paz. Se trata de reglas de conductas universales que, respetando la diversidad, la multiculturalidad, las creencias y las religiones trasciendan los propios valores culturales y confluyan en unos principios comunes inherentes a todo ser humano, más allá de su raza, cultura o credo. Por ello, ningún sistema político, social o religioso debe suplantar la autoridad de dichos valores en la conciencia de cada individuo.

El accionar de directivos, integrantes de órganos de administración, control y vigilancia,

asociados, usuarios, empleados y colaboradores de COOPROFESORES se enmarcará, inicialmente, en estos principios éticos universales.

a. Valores y Principios éticos:

COOPROFESORES aplicará los principios fundamentales que guían la conducta ética de la cooperativa, así:

- ✓ Asociación abierta y voluntaria
- ✓ Control democrático de los asociados
- ✓ Participación económica de los asociados
- ✓ Autonomía e independencia
- ✓ Educación, formación e información
- ✓ Cooperación entre cooperativas
- ✓ Compromiso con la comunidad

La visión y la misión de COOPROFESORES se soportan en un conjunto de valores que la Cooperativa debe practicar. Son la definición de su filosofía empresarial y la base de nuestra cultura organizacional.

✓ **Equidad:** Nuestro trato es justo e imparcial dando a los demás participación y oportunidades de acuerdo con sus derechos y deberes.

✓ **Respeto:** Damos un trato digno reconociendo y aceptando las cualidades propias, las del prójimo y sus derechos.

✓ **Actitud de servicio:** El servicio es nuestra pasión, generando experiencias únicas.

✓ **Trabajo en equipo:** Promovemos la cohesión, adhesión y participación para el alcance de los objetivos comunes.

✓ **Confianza:** Sustentamos nuestras relaciones bajo la premisa de veracidad y cumplimiento predicando con el ejemplo.

✓ **Solidaridad:** Es la comunidad de intereses, propósitos y sentimientos, con el fin de producir bienes y servicios que mejoren la calidad de vida de la comunidad.

b. Confidencialidad Empresarial:

COOPROFESORES en acatamiento a la constitución política de Colombia y a la ley, protegerá los derechos fundamentales a la intimidad, buen nombre y al habeas data a partir de esta disposición, implementará el sistema de gestión de protección de datos personales dando estricto cumplimiento a la protección de la información de nuestros grupos de interés.

c. Conflicto de interés:

Se entenderá por conflicto de interés cuando una Persona de cualquier modo vinculada a COOPROFESORES, deba tomar una decisión o participar en ella, y pueda escoger entre el interés de la cooperativa en relación con dicha situación y su interés propio o el de un tercero, de manera que, de optar por cualquiera de éstos dos últimos, obtendría o generaría para sí o para el tercero, una ventaja o un beneficio pecuniario y/o extra-económico que de otra forma no se produciría, y que sea indebido. Cualquier Persona que está enterada de una transacción o relación que pueda razonablemente ocasionar un conflicto de intereses debe discutir el asunto inmediatamente con un miembro del Comité de Auditoría de COOPROFESORES.

Todas las Personas evitarán situaciones en las que sus intereses personales entren en conflicto o puedan entrar en conflicto con sus funciones en COOPROFESORES, a menos que estas situaciones hayan sido aprobadas o prescindidas por la cooperativa.

d. Conducta interna:

Los directivos y/o funcionarios que se encuentren frente a un posible conflicto de interés o consideren que pueden encontrarse frente a uno, deben proceder a dar información inmediata y oportuna al Comité disciplinario según corresponda, por medio verbal y escrito de conformidad con el presente Código de Ética y de Conducta.

Toda persona vinculada a COOPROFESORES debe declararse impedido para actuar en asuntos cuando tenga interés particular y directo en su regulación, gestión, control o decisión, o lo que tuviere su cónyuge, compañero permanente, o alguno de sus parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil, o su socio o socios de hecho o de derecho.

Desarrollar todas nuestras relaciones con integridad, ética y responsabilidad.

✓ Ser honestos en nuestra forma de hacer negocios y en la relación con los compañeros de trabajo.

✓ Asegurar la confidencialidad de la información que nos haya sido confiada y proteger la información cuyos derechos pertenecen a la firma.

✓ Reflejar con precisión y veracidad las horas dedicadas a cada cliente.

✓ Fomentar una cultura de confianza con el resto de las profesionales donde se haga hincapié en el espíritu consultivo y en la toma de decisiones reflexionadas y consensuadas.



✓ No aceptar trabajos que puedan suponer un riesgo para la reputación de la cooperativa o que impliquen un comportamiento contrario a lo que establece el presente Código Ético.

✓ Solamente aceptar trabajos para los que se tiene capacidad de prestar servicios de alta calidad.

e. Favores Comerciales:

Los directivos y funcionarios en general no podrán recibir remuneración, dádivas o cualquier otro tipo de compensación en dinero o en especie por parte de cualquier persona natural o jurídica, en razón del trabajo o servicio prestado a los asociados.

f. Contravenciones:

COOPROFESORES cumplirá con las normas nacionales y convenciones internacionales, sobre los derechos de autor, propiedad industrial e intelectual.

Para ello:

✓ Reglamentará internamente el uso de la copia, la distribución, y demás acciones sobre los productos propios y ajenos protegidos con derechos de propiedad intelectual, (como, por ejemplo, el software, música ambiental, fotocopias, marcas, etc.) para evitar las infracciones intencionales o por equivocación de estos derechos.

✓ Considerará la protección, que en otros países se ha reconocido, a los distintos elementos de propiedad intelectual, para garantizar su protección internacional independientemente de la territorialidad de las normas, cuando ello resulte adecuado.

✓ Incluirá cláusulas de protección de la propiedad intelectual (derechos de autor y de propiedad industrial) en los contratos con los empleados, proveedores y demás terceros relacionados con la empresa, en los que se defina claramente su titularidad y su uso adecuado con el fin de evitar problemas interpretativos futuros.

✓ Educará, entrenará y motivará a los asociados y empleados para que conozcan la importancia y las consecuencias legales de la protección de la propiedad intelectual.

g. Escala de sanciones:

Las conductas sujetas a sanción, según lo definido anteriormente, se clasifican además en la siguiente escala:

✓ **Falta Leve:** Se considera una falta como leve, cuando cometida, sólo ha tenido incidencia a nivel del área, unidad o dirección, sin que exista ninguna afectación económica o

reputaciones para la cooperativa o para el consumidor financiero.

✓ **Falta Moderada:** Se considera una falta como moderada, cuando cometida, ha afectado otras áreas, unidades o direcciones de la Cooperativa, sin que haya afectación económica o reputaciones para la Cooperativa o para el Consumidor financiero.

✓ **Falta Grave:** Se considera una falta como grave, cuando cometida, produzca afectación económica y/o de imagen de la Cooperativa o para el consumidor financiero.

h. Tratamiento de Reincidencias:

Adicional al tratamiento anterior de la escala de faltas, en el caso de reincidencias, la Cooperativa definirá un Manual de Sanciones donde se detallará el procedimiento a seguir por parte de COOPROFESORES al momento en que un Directivo o empleado, transgreda el Código de Conducta.

i. Negociaciones:

Respetamos a nuestros competidores y estamos comprometidos con prácticas empresariales justas en nuestra cooperativa.

✓ Los honorarios que recibimos reflejan el valor de los servicios prestados y las responsabilidades asumidas.

✓ Somos conscientes de nuestra posición de liderazgo y de la responsabilidad que conlleva como modelo a seguir, así como de nuestra influencia en el establecimiento de patrones de comportamiento entre nosotros y en nuestra profesión.

✓ Tomamos decisiones basadas en nuestros Valores Compartidos, y esperamos lo mismo de nuestros compañeros de profesión.

j. Relaciones con los comerciales:

✓ De forma general

Las relaciones comerciales serán de forma estricta por la seriedad que esto representa, la equidad y el buen trato en el desempeño de las obligaciones obtenidas.

En el trabajo profesional que demanda los intereses que se manejan se debe obtener absoluta independencia mental y de criterio con respecto a cualquier interés que pudiese ser

incompatible con el buen desempeño de su trabajo o que no le de credibilidad al mismo o limite la elaboración, Es por eso que se considera una falta de principios y de moralidad y de objetividad y autonomía; recibir, o inducir a que se concedan apoyos de cualquier especie ya sea para uno mismo o para terceras personas, que pongan en tela de juicio lo valores de COOPROFESORES.

✓ **Con los competidores**

COOPROFESORES busca en su mercado objetivo, que la lealtad y el respeto sea primordial entre sus competidores, para ello se trabajara cuidadosamente para que no se generen actos indebidos contra la libre competencia, el desacreditar a la competencia como desviar o engañar a los clientes representados en contratos de exclusividad, pactos desleales, obtener de forma desleal la información reservada entre otros.

COOPROFESORES solo aceptara negocios, obtenidos de procesos limpios de lo contrario cualquier conducta que modifique este principio debe ser sancionada ejemplarmente.

✓ **Con los proveedores**

Los proveedores de insumos y de servicios con los que contará COOPROFESORES tendrán relaciones transparentes, de buena fe, legales y de esta forma actuará de buena fe y respetando sus principios para así poder contribuir al mejoramiento continuo de los proveedores. Los conceptos básicos para decidir entre un proveedor y otro con los productos o servicios y la calidad que los acredita, los valores en los cuales se ofrecen, la puntualidad para las entregas o para la prestación de los servicios, su solvencia y solides.

✓ **Relaciones con las entidades del estado**

COOPROFESORES debe conocer y comprender que las leyes que nos afectan para desarrollo de las diferentes actividades y las de las entidades que están involucradas sean conducidas de conformidad con ellas, hay acciones para las que no está estipulada una norma

específica o se pueden interpretar de diferentes formas-, las acciones del ente se registrarán por el discernimiento ético que disponga la ley.

Las diferentes relaciones con organismos estatales o paraestatales o entes públicos que dentro de sus funciones sean oficiales de vigilancia y control, se administrarán siempre por las normas legales.

k. Uso de la información de la Empresa:

✓ Clasificación

COOPROFESORES clasifica la información así:

- ✓ **Información general:** Es aquella de uso frecuente para todos los funcionarios.
- ✓ **Información confidencial o reservada:** Es aquella a la que solo tiene acceso los directivos y sus colaboradores, esta información es la que contempla un riesgo para empresa, implican habilidades de negociación y competitividad.

✓ Confidencialidad de la información.

En COOPROFESORES todos deben mantener la reserva de la información privada o valiosa a la cual tengan acceso, si alguna persona es retirada de su cargo de forma voluntario o por solicitud de COOPROFESORES aún deben abstenerse de revelar la información que en su momento se les confió; debe ser inquebrantable y en ningún caso puede suministrar información a un tercero que pueda llegar a manos de un competidor para que dañen la buena imagen de COOPROFESORES de sus asociados o clientes.

✓ Autenticidad de la información.

Toda información financiera o contable de COOPROFESORES debe ser cierta y dar con precisión los hechos apreciables o la verdad teniendo en cuenta la naturaleza de sus negocios.

Son diferentes a las políticas de COOPROFESORES que contribuyen a quebrantar las obligaciones de elaborar informes fraudulentos.

✓ Uso de software

COOPROFESORES dará cumplimiento estricto al uso de Software debidamente licenciado, teniendo en cuenta que no está permitido que los funcionarios desempeñen su trabajo dentro de las instalaciones de COOPROFESORES utilizando un software que no estén debidamente licenciados o autorizado por los entes legales; tampoco puedes reproducir

o hacer copias de la información con cualquier fin de uso propio o de terceros del software exclusivo de COOPROFESORES.

l. Comunicación estratégica:

✓ Comunicación de los descubrimientos por el revisor fiscal

Una de las funciones del revisor fiscal es dar un informe oportuno por escrito a la asamblea general, consejo de administración y al gerente general según los descubrimientos de anomalías sucedidos durante la ejecución de las actividades de COOPROFESORES

✓ Control interno

COOPROFESORES cuenta con diferentes organismos de control, control interno es llevado a cabo también por los administradores y demás personal de la cooperativa alcanzando las medidas reglamentarias en el autocontrol para suministrar la seguridad razonable en la indagación del cumplimiento de los objetivos y garantizar y eficacia de las operaciones realizadas.

✓ Transparencia de la información

Uno de los fundamentos más importantes de COOPROFESORES es suministrar una información con transparencia en todas las actividades y operaciones. Así mismo el preciso cumplimiento de todas las políticas legales e internas que se aplican en cuanto al suministro de información.

✓ Oficina de atención al usuario

A través del funcionario encargado COOPROFESORES tiene una serie de reglamentación las cuales fueron expedidas por la gerencia general las cuales se deben ocupar por las reclamaciones, solicitudes, sugerencias, peticiones, relacionadas con la prestación del servicio, además debe resolver inquietudes y consultas.

m. Cultura, Social y Religión:

✓ Entorno Cultural.

Apoyar los diferentes eventos que estén encaminados a los beneficios de la comunidad,

tales como incentivos a la lectura, acceso a la cultura con actividades recreativas, eventos académicos en que facilite el crecimiento profesional y hacer sociedades más democráticas.

✓ **Entorno Social:**

Principios

- La conservación de la naturaleza es un principio ético y fundamental de COOPROFESORES nos obliga a actuar proactivamente de los elementos legales en procura de guardar y resguardar el ambiente en calidad de vida de las futuras generaciones. En desarrollo a este principio debemos dar estricto cumplimiento a las normas legales de carácter ambiental, gestionar por todos los medios que las actividades y procesos sean prudentes en el uso de los recursos naturales y causar el menor impacto ambiental posible

- Controlar que nuestros empleados y colaboradores respeten y cumplan la legislación laboral

- Toda publicidad de COOPROFESORES será leal y lícita.

- No difundir información falsa o engañosa con el objeto incrementar beneficios para Coopropesores.

✓ **Entorno Político - religioso:**

Sin perjuicios de que, por medios reglamentados y ordenados, Coopropesores favorezca y originen los métodos democráticos de Gobierno y económico de las empresas, no podrá tocar los fondos bienes o facilidades en apoyar a algún partido o movimiento político, candidatura o corporaciones públicas, cargos de elecciones populares o proselitismo religioso.

2.3 Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción

Competitividad:

La estrategia se refiere a la dirección y el alcance de una organización a largo plazo, que permite lograr una ventaja en un ámbito cambiante mediante la configuración de sus recursos y competencias con el fin de satisfacer las expectativas de las partes interesadas.

Según Porter la estrategia competitiva son las acciones ofensivas o defensivas que realiza una organización con el objetivo de crear una posición defendible dentro de una industria, Triana, K. (2017). Para enfrentarse con éxito a las cinco fuerzas competitivas (amenaza de entrada de nuevos competidores, rivalidad entre los competidores, poder de negociación de

los proveedores, poder de negociación de los compradores y amenaza de ingreso de productos sustitutos) y obtener un mejor rendimiento sobre la inversión para la compañía.

Localización:

Cooperativa de Ahorro y Crédito de Profesores COOPROFESORES, se encuentra ubicado en el departamento de Santander, en el municipio de Bucaramanga, y su dirección es Calle 39 N° 23-81.

En la tabla 2 se muestra el cuadro de recursos financieros

2.4 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta

Tabla 2. Cuadro Recursos Financieros

ACTIVIDAD	PROVEEDOR	DÍAS EN EJECUCIÓN	COSTO
Conformación de comités	interno RR.HH.	7	\$ 200.000
realización y revisión de borrador	interno y externo	15	\$ 350.000
Revisión y aprobación de planes y códigos	interno y externo	5	\$ 550.000
capacitación al personal divulgación	Interno	5	\$ 600.000
ayudas audiovisuales	Externo	1	\$ 800.000
Banner	Externo	1	\$ 250.000
plataforma virtual para montar material virtualmente	Externo	5	\$ 800.000
TOTAL			\$ 3.550.000

Fuente: creación propia

Marco Normativo

En COOPROFESORES interactuamos en todo momento con el gobierno desde diversos ámbitos y competencias, en función de las actividades que realizamos, por lo que considera prioritario promover siempre una relación respetuosa y honesta, procurando un ambiente de

confianza que facilite la discusión de los asuntos y el establecimiento de acuerdos y compromisos.

Las empresas COOPROFESORES realizan sus actividades en un entorno de especialización que se encuentra altamente regulado, por lo que se encuentra comprometida a conocer y a promover el apego y cumplimiento cabal de todo el marco regulatorio aplicable, incluyendo a las políticas internas.

Como consecuencia de lo anterior, debemos atender de forma oportuna todos los requerimientos y observaciones que nos realizan las autoridades correspondientes, buscando colaborar con eficacia y de manera proactiva, también colaboramos en la elaboración y perfeccionamiento del marco regulatorio que nos compete, de acuerdo con los planes y objetivos de la empresa, no debemos cometer por ningún motivo actos ilegales o indebidos, si alguna persona tuviera dudas sobre el carácter legal de alguna práctica, o sobre la aplicación de la ley, reglamento o disposición dentro del marco regulatorio que nos gobierna, debe dirigirse al área de Cumplimiento, para su orientación.

En la empresa nos encontramos comprometidos a coadyuvar con las autoridades competentes proporcionando la información que nos sea requerida, con la finalidad de investigar, detectar, prevenir y perseguir los delitos de operaciones con recursos de procedencia ilícita y financiamiento al terrorismo.

Glosario

✓ **Administradores:** Ejecutivos clave y directivos calificados como tales en los términos de ley. Entiéndase, cuando menos, incluidos el representante legal y los miembros del consejo de administración. (COOPROFESORES, 2017)

✓ **Conflicto de Interés:** Se entiende por conflicto de interés la situación en virtud de la cual una persona de su actividad se enfrenta a distintas alternativas de conducta con relación a intereses incompatibles, ninguno de los cuales debe privilegiar en atención a sus obligaciones legales o contractuales. (Marbel, 2015)

✓ **Cooperativa:** Es una asociación autónoma de personas que se unen voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes, por medio de una empresa de propiedad conjunta democráticamente gestionada (Según la definición de la Alianza Cooperativa Internacional) (COOPROFESORES, 2017)

✓ **Grupos de Interés:** Son los denominados “skateholders”. Involucran todos los ámbitos y personas sobre los cuales tiene influencia COOPROFESORES. Se consideran grupos de interés, entre otros: los asociados, los empleados, los usuarios de los servicios, competidores los tenedores de títulos emitidos por Coopprofesores, organismos reguladores de control y vigilancia, la comunidad y los proveedores de bienes y servicios de COOPROFESORES. (COOPROFESORES, 2017)

✓ **Confidencialidad:** Es aquella cuya revelación, contempla riesgo para Coopprofesores e involucra estrategias de competitividad (invitaciones, convocatorias, proyectos, portafolios de servicios, licitaciones, negociaciones o convenios) (COOPROFESORES, 2017)

3. Skateholders

3.1 Breve descripción de los Stakeholders

Los Skateholders en COOPROFESORES, corresponden a todas aquellas personas de cualquier índole, que se encuentran involucradas en el desarrollo de sus actividades o que están siendo afectadas de forma positiva o negativa.

Es importante mencionar que por ser una empresa privada que presta servicios a la población, tienen que ver con todo su desarrollo.

Además tiene impactos tanto, económicos, sociales y ambientales, esto quiere decir que son los primeros pasos para ejecutar sus mecanismos para la Responsabilidad Social Empresarial RSE; esto genera diálogos creíbles y constructivos para que se establezcan estrategias en pro de la empresa pero también de la comunidad que interactúa a su alrededor,

en la cual se hace un reconocimiento y un diagnóstico real de los intereses que ellos tienen para darle sostenibilidad en el tiempo y una nueva visión a COOPROFESORES.

✓ **Priorización de los Stakeholders.**

Un paso importante es la priorización de los Stakeholders, porque cada uno de estos grupos influye en algún aspecto de nuestra cooperativa, algunos en toma de decisiones, otros en la parte de generación y obtención de ingresos en la estrategia empresarial y la operación de la Cooperativa.

En la figura 1 se muestra el mapa genérico de stakeholders

Mapa genérico de stakeholders

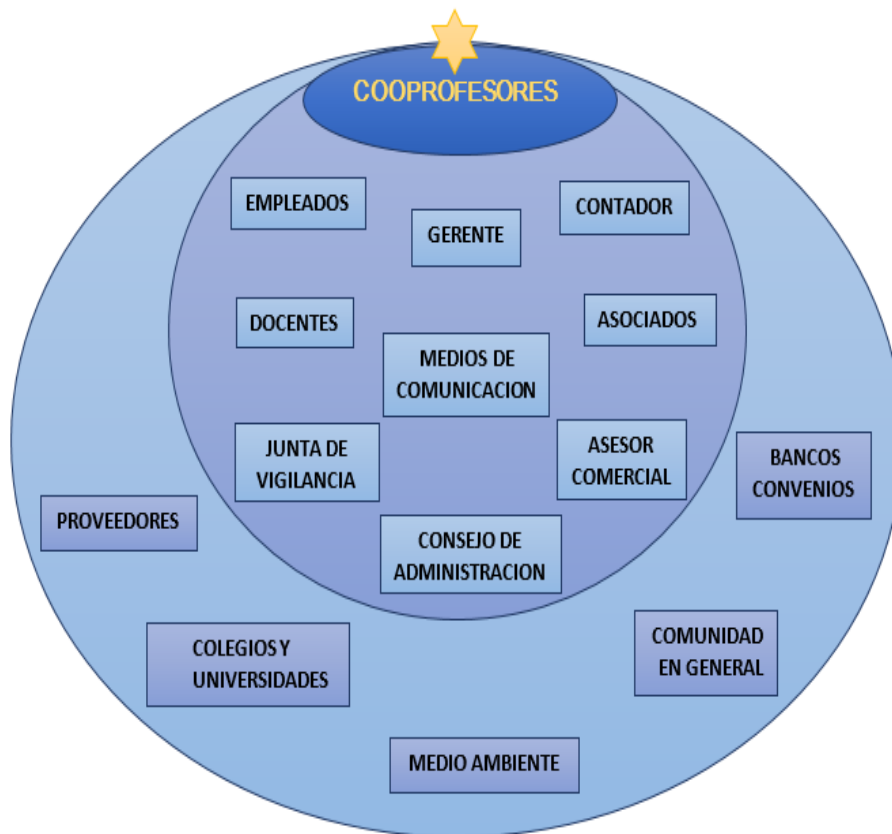


Figura 1 Mapa de genérico

Fuente: Elaboración propia.

Internos

Gerente: Su rol es garantizar la implementación de las estrategias definidas por el plan estratégico mediante la integración con el Sistema de Gestión de Calidad y el programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Consejo de Administración: Son los encargados de establecer los lineamientos corporativos y definición de políticas de servicio, del sistema de gestión de calidad, y directrices de ejecución de los procesos.

Empleados: En la empresa debe ser el principal activo por el papel que desempeña para que funcione eficientemente, por tal causa debe motivarse, capacitarse, formarse, promocionarse, dársele adecuadas condiciones de trabajo, remuneraciones acordes con el mercado laboral y demás beneficios que otorga la ley.

Docentes: Son aquellas personas que adquieren nuestro productos y servicios para satisfacer sus propias necesidades.

Asociados: Son todas aquellas personas que se vinculan a la Cooperativa, con el fin de obtener los beneficios que esta les puede ofrecer.

Contador: Es la persona líder encargada de gestionar la consolidación de la información financiera y contable de la entidad.

Junta de Vigilancia: Es el organismo que tiene a su cargo velar por el correcto funcionamiento y eficiente administración de la Cooperativa, conforme a lo establecido en los estatutos.

Asesor Comercial: Gestionar el crecimiento de la base societaria y ofrecer a los asociados soluciones de ahorro y crédito ajustados a sus necesidades y radicarlas según las políticas establecidas para estudio y aprobación.

Externos

Comunidad en General: Estos esperan que la empresa les brinde servicios de calidad y que puedan satisfacer sus necesidades, cumpliendo con sus obligaciones y requerimientos.

Colegios y Universidades: Son aquellos centros educativos a los cuales

COOPROFESORES, presta sus servicios, con el fin de facilitar los medios de pago de las matrículas.

Medios de Comunicación: Mantener informada la comunidad es primordial en cualquier circunstancia, por tal causa, tener unas muy buenas relaciones con la prensa hablada y escrita que influye en la ciudad.

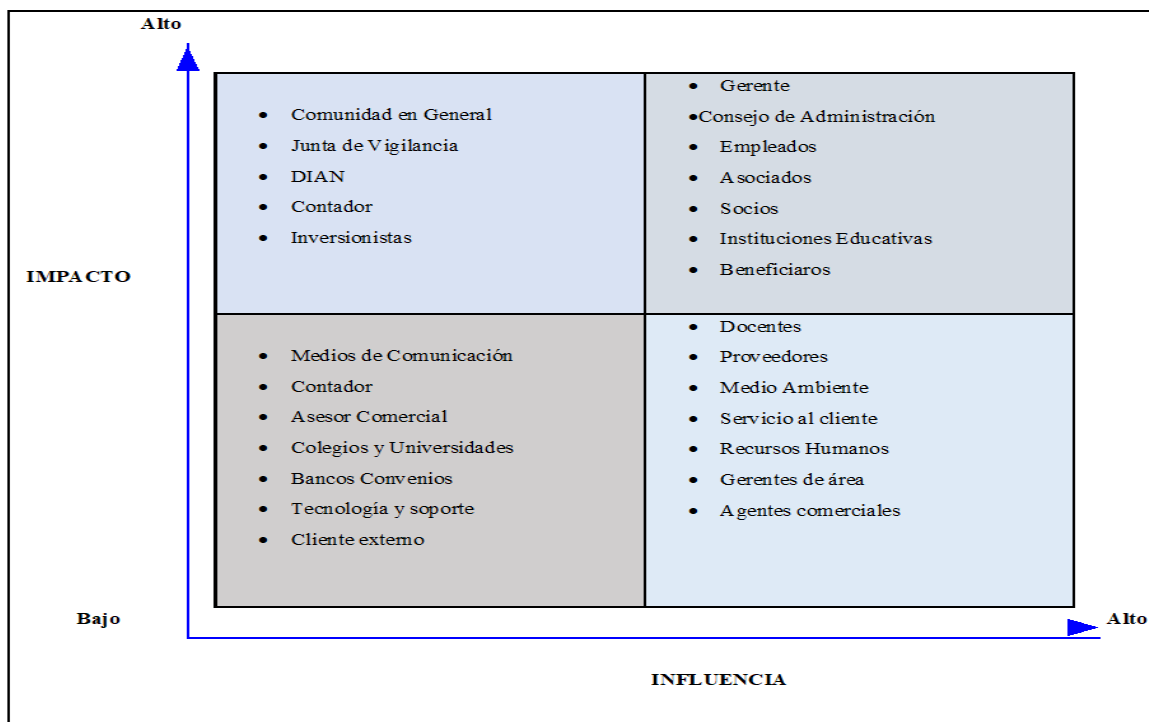
Medio Ambiente: COOPROFESORES propiciará una administración ambiental sana y ayudará a controlar el impacto de sus actividades, productos y servicios sobre el medio ambiente.

Proveedores: Para que la empresa funcione adecuadamente es necesario que los proveedores suministren productos de calidad a costos razonables y de forma oportuna.

Bancos Convenios: Con el fin de asegurar la oportunidad y seguridad en las transacciones que requieran realizar los asociados en regiones donde COOPROFESORES no tiene presencia, se han suscrito convenios de apoyo interinstitucional con entidades pertenecientes a diferentes sectores económicos.

Como se muestra a continuación en la tabla 3 Matriz (Influencia Vs. Impacto), en la tabla 4 se muestra la propuesta de plan de responsabilidad social de la empresa COOPROFESORES y en la tabla 5 muestra el plan de comunicación COOPROFESORES.

Tabla 3. Matriz (Influencia vs. Impacto)



Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Propuesta plan de responsabilidad social de la empresa COOPROFESORES

Propuesta Plan de responsabilidad social empresa COOPROFESORES							
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
	Junta Directiva	Destinar y aprobar un rubro específico para la implementación de un plan de responsabilidad social empresarial; de tal manera que la cooperativa COOPROFESORES	Desde la junta directiva se debatirá y aprobará un monto específico para ser invertido en la ejecución de un Plan de Responsabilidad Social Empresarial para la Cooperativa COOPROFESORES	2 meses	componente ambiental y social	%Financiado/ Planteado	Bimensual
	Empleados	Aumentar los niveles de satisfacción de los empleados para con las políticas de la empresa.	Capacitación constante para mantener a los trabajadores actualizados. Implementación de incentivos y bonos por la realización de las actividades laborales y el buen desempeño	6 meses	Físicos: Instalaciones de la empresa, incentivos y regalos. Humanos: Personal del área administrativa y	Índice de productividad de cada área. Índice de satisfacción de los	Mensual Informes De productividad, Informes de gestión. Buzón de opiniones.



económica	Docentes	Mejorar la calidad de la atención a los ahorradores y aumentar el nivel de confiabilidad para generación de procesos más humanos	Socialización de logros y eficiencia. Lograr la participación constante de los ahorradores para las actividades propuestas. Socializar los beneficios de estar en la cooperativa Confiar. Capacitación del personal para conseguir brindar un trato personalizado. Contar con una línea para escuchar e informar a los ahorradores	6 meses	<p>financiera. Técnicos: Bases de datos, gestión de capacitaciones, incentivos y fondos para los bonos o préstamos.</p> <p>Físicos: Instalaciones de la empresa, Call Center o líneas de atención al cliente. Humanos: Personal del área administrativa, del área financiera y los ahorradores.</p> <p>Técnicos: Contratación de Call center, acceso a la información, bases de datos de ahorradores, contratación de capacitaciones</p> <p>Humanos: Personal de apoyo jurídico Tecnológicos: Sistema de información</p>	ahorradores	Trimestral
	Entes de Control	Garantizar la empresa respete el principio de legalidad	Contratación de personal idóneo que garantice que la actividad económica de la empresa se realice dentro del marco jurídico colombiano	Permanente	Relación de Procesos Judiciales	Mensual	Bases de datos. Planillas de asistencia. Informes de reuniones. Buzón de sugerencias. Información tomada del Call Center.



					gubernamentales Económicos: Salarios/Honorarios de personal		
Social	Directivos/ Administradores /empleados	Minimizar los problemas de salud y las excusas médicas relacionadas al estrés	Implementar programas de pausas activas, manejo del estrés y ejercicio	6 meses	Contratar expertos en psicología y fisioterapia, equipos tecnológicos, material audiovisual	excusas médica	Bimestral: excusas médicas
	Sociedad	Transmitir el valor social de la empresa en la región mediante la inclusión y la participación humana y social.	Realizar reuniones programadas con la sociedad para el intercambio de información que aporte al valor del plan	6 meses	Físicos: Instalaciones de la empresa. Humanos: Personal del área administrativa, gerencia y la sociedad. Técnicos: Buzón de opiniones. Medios de comunicación con la comunidad	Numero de socialización población	Bimestral Planillas de asistencia Buzón de sugerencias, Informes de reuniones.
	Gobierno	Cumplir con los deberes establecidos por los entes gubernamentales de la región de modo que las acciones generen crecimiento y desarrollo tanto	Mantener una relación de comunicación recíproca con los entes del gobierno. Mantenerse actualizado acerca de	4 meses	Físicos: Instalaciones de la empresa. Instalaciones gubernamentales. Humanos: Personal del área administrativa, gerencia y servidores	Índices de crecimiento y desarrollo regional	Bimensual Informes de comunicación, Bases de datos.



	Docentes	<p>para la región como para la misma cooperativa COOPROFESORES</p> <p>Garantizar la satisfacción del cliente tras la adquisición de un producto o servicio de la empresa</p> <p>Impulsar las capacidades humanas de los trabajadores a partir del acceso a información y conocimiento</p>	<p>los avances, estatutos, oportunidades y disposiciones del gobierno</p> <p>Implementación de mecanismos de atención al cliente</p> <p>Realización de jornadas de capacitación en diferentes temas a los empleado</p>	<p>Permanente</p> <p>Permanente</p>	<p>públicos Técnicos: Normatividad establecida por el gobierno.</p> <p>Humanos: Personal técnico Tecnológicos: Mecanismos tecnológicos de atención al cliente (call center/ soporte técnico) Económicos: Contratación por outsourcing</p> <p>Humano: Empleados/ Técnicos capacitadores Tecnológicos: Ninguno Económicos: Contratación de jornadas de capacitación</p>	<p>Relación de PQRSD resueltas a satisfacción Número de PQRSD interpuestas a la empresa</p> <p>Relación capacitación de empleados</p>	<p>Semanal</p> <p>mensual Por cada jornada de capacitación</p>
ambiental	Empleados	Mejorar la separación de residuos y aumento de material reciclable	Programa de capacitación y control de separación de residuos aprovechables (papel, cartón, vidrio, entre otros.)	3 meses	Responsable SGA, capacitadores, canecas y bolsas de basura	Personal capacitado/ Consumo de agua antes y después	Mensual: mejores prácticas en separación de residuos



	Sociedad Comunidad	Reducir el consumo de agua potable	Hacer campañas concientización en conjunto con la secretaría del medio ambiente municipal	6 meses	Expertos, puntos de reunión, equipos tecnológicos, papelería	Objetivos alcanzados. /impactos positivos	Trimestral: contadores de consumo de agua municipal
	Directivos/ Administradores /empleados	Gestionar los riesgos, afectaciones y oportunidades derivadas del desarrollo de las actividades empresariales de la cooperativa Confiar, de modo que se conozca el impacto en la naturaleza, para que se minimicen los efectos negativos y se amplíen los efectos positivos.	Realizar un plan de gestión ambiental. Creación de una cultura ambiental dentro de la empresa. Realizar actividades de recuperación o mantenimiento ambiental de determinadas zonas dentro de la región y con ayuda de la comunidad	8 meses	Físicos: Instalación de la empresa. Zona seleccionada. Humanos: Gerencia, área administrativa y la población		Trimestral Informes de gestión. Bases de datos. Planillas de asistencia. Fuentes fotográficas

Fuente: propia

Tabla 5. Plan de Comunicaciones COOPROFESORES

Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económica	Entes de control	Anual	Información escrita y en Backus por la oficina de sistemas, de cumplimiento de leyes y normas, evidencias detallada de los recursos financieros y paz y salvos en impuestos.
		Anual	Asistencia a reuniones o entrega de información pertinente actualizada. Comunicación recíproca, cumplimiento de las normas y exigencias emitidas por dichos organismos para garantizar el desarrollo de las actividades o funciones de ambas partes
		Cuando se requiera	Correo certificado, comunicación escrita (Reportes legales a los entes de control)
	medios de comunicación	Mensual	Información por medio de redes sociales, citación escrita, mensajes de texto e invitación personal.
	Comunidad	Mensual	Redes sociales: Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, correos electrónicos, cartas de invitación.
	convenios	Mensual	Uso de correo electrónica, pagina web, y vía telefónica. Promoción de programas de fidelización
SOCIAL	Directivos/ Administradores /empleados	Quincenal	Correo electrónico, intranet o plataforma virtual, WhatsApp grupos internos, cartelera Oficinas y campañas en cada dependencia
	Entes de control	Semestral	Comunicación recíproca y asistencia a reuniones de ser necesario. Políticas de cumplimiento de los deberes legales y financieros, como el pago oportuno de impuestos, la documentación requerida y la transparencia en cada transacción

	comunidad	Trimestral	Divulgación de información acerca de todos los programas que la cooperativa Coopprofesores presta a la población. Apoyo a la sociedad vulnerable en épocas sensibles. Apoyo mediante herramientas de ahorro o aportes por parte de los asociados y/o ahorradores. Programas de apoyo a la población víctima de desastres naturales.
	Docentes	Mensual	Uso de mensajería virtual como correo electrónicos y WhatsApp para enviar información de extractos y estados de las cuentas. Cronograma de reuniones para socializar avances y beneficios
	Empleados, asociados y docentes, junta directiva y contador, proveedores	Quincenal	Por medio telefónico, celular, redes sociales: Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter y coreos electrónicos.
AMBIENTAL	Directivos/ Administradores /empleados	Semestral	Campañas de concientización para el trato con el medio ambiente, así como también charlas de socialización acerca de los procesos sostenibles que la empresa desarrolla en sus actividades y las demás acciones que benefician el medio ambiente de la región. Divulgación mediante canales regionales acerca de las actividades que se implementan en el plan de RSE en pro de la biodiversidad natural de la región. La promoción de programas de recuperación de zonas afectadas por la intervención humana con el apoyo y participación de los demás Stakeholders.
	Empleados	Quincenal	Correo electrónico, intranet o plataforma virtual, página de internet, WhatsApp (grupos internos), cartelera Oficinas, campañas de socialización lideradas por cada oficina
	Comunidad	Semestral	Redes sociales: Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, cuñas radiales, tablero informativo.

Fuente: propia

3.2 Recomendación del modelo de informe RSE

Mediante esta norma constituida de un modelo europeo, se establecen los requisitos para integrar la estrategia de gestión de la responsabilidad social.

Esta norma describe que en la implementación de Plan de Responsabilidad Social Empresarial sean auditados todos los procesos, esta circunstancia permitirá a COOPROFESORES conseguir una certificación en Gestión de calidad y Ética, el cual se constituye en una garantía para la comunidad y muestra el compromiso de la empresa para el desarrollo de sus actividades.

Sus características son:

- **Útil:** plantea una estructura lógica y clara como abordar la RSE de manera integral en la organización, el cual permite, por un lado, ordenar y poner en valor las distintas iniciativas internas puestas en marcha, y, por otro lado, establecer una hoja de ruta para mejorar el desempeño en RSE.
- **Flexible:** está diseñada para amoldarse a todo tipo de organizaciones y empresas.
- **Compatible:** Participa del enfoque de los sistemas de gestión tradicionales como calidad, medio ambiente, salud y seguridad, permitiendo auditorias conjuntas.
- **Actualizada:** Está alineada con las últimas tendencias en materia social, ambiental y de buen gobierno a nivel global de modo que garantice a los usuarios de la norma su adecuación a los retos y oportunidades de la sostenibilidad.

4. Conclusiones

La Cooperativa COOPROFESORES reconoce la importancia de la ética dentro de sus actividades y crea un código de conducta que busca resolver problemas de carácter ético, de modo que tengan las herramientas e información adecuada para la conciliación de conflictos, la toma de decisiones y disposición de las normas que deben ser la base para la actuación de los involucrados (personal, asociados y ahorradores)

Las estrategias de marketing social y marketing social corporativo juegan en la actualidad un papel protagónico en las empresas, dado que resulta decisivo a la hora de ingresar y permanecer en un mercado de un segmento poblacional establecido.

Cada vez son más los consumidores que se fijan en el aporte de las empresas, en los tres ámbitos principales (económico, social y ambiental), y si bien no es un condicionante si toma fuerza como determinante a la hora de elegir entre un producto y otro.

En la actualidad la implementación de la RSE y la aplicación de la ética en las estrategias de la empresa, han tomado gran importancia en el mundo empresarial y el entorno laboral, debido a que estas prácticas traspasan el territorio simplemente comercial para influir directamente en la sociedad y el medio ambiente.

La Responsabilidad Social Empresarial es una estrategia que debe ser adoptada por todas las organizaciones para que tengan lineamientos claros en el desarrollo de sus actividades empresariales.

La responsabilidad Social Empresarial debe estar enfocada para buscar la reputación de cualquier organización, mediante acciones responsables en beneficio de todos los grupos involucrados en el desarrollo de sus actividades.

Una empresa que promueva sus actividades con el desarrollo de valores está comprometida con acciones adecuadas en beneficio de toda la comunidad.

Las empresas que adoptan Planes de Responsabilidad Social Empresarial aumentan la confianza en sus socios estratégicos, empleados y comunidad en general.

5. Bibliografía

Braidot, N. (2014). Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement. (pp. 28-35, 431-473). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=10&docID=3224821&tm=1510419158573>

Braidot, N. (2014). Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones, capítulo 9. (pp.233-244). Editorial Ediciones Granica. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3186030&tm=1510595750380>

COOPROFESORES. (2017). Glosario. Bucaramanga:
<https://www.cooprofesores.com/sitio/>.

Cueto, C. & Cuesta, G. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. (pp. 33-38). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4870250&tm=1510367839242>

DELOITTE. (2016). Código de ética. Recuperado el 09 de 2018, de https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/acerca-de-deloitte/Deloitte-ES-Codigo_Etico.pdf

Dirección de Asuntos Económicos Multilaterales de DIRECON. Instrumentos de Responsabilidad Social (Santiago de Chile, 2013). Recuperado de <https://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2013/09/Instrumentos-de-Responsabilidad-Social-Empresarial-DIRECON.pdf>

Fernandez, L., Lizcano, J., & mendoza, M. (07 de 2015). slideshare. Recuperado el 27 de 09 de 2018, de elaboracion de codigo de etica:
<https://es.slideshare.net/joximarLizcano21/elaboracin-de-un-cdigo-de-tica>

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. (Pp.36-47 y 229-235). Recuperado

de<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 125-192, 237-246, 259-266). Recuperado

de<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>

Malfitano, C. Arteaga, R. & Romano, S. (2007). Neuromarketing: cerebrando negocios y servicios, capítulo 9. (pp. 244-245). Recuperado

de<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3186030&ppg=1>

Narváez, M. (2018). Marketing Corporativo vs. Marketing social. [Archivo de video].

Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/18149>

Páramo, D. (2016). Una aproximación al marketing social. Pensamiento & Gestión. (pp. vii-xii). Recuperado

de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=122029607&lang=es&site=eds-live>

Anexos



LINK: <https://www.powtoon.com/m/bPJDrLYypY4/1/>

Poster

Coopprofesores

Tiene como objeto la intermediación financiera, a través de un portafolio de productos de ahorro y crédito, programas y servicios sociales y culturales, para alcanzar el bienestar de sus Asociados y Ahorradores

Implementa un plan de responsabilidad social empresarial, con un enfoque sobre la protección del medio ambiente y la biodiversidad mediante canales regionales acerca de las actividades que se implementan en el plan de RSE en pro de la biodiversidad natural de la región.

Incorpora políticas y estrategias de responsabilidad social en la gerencia de organizacional para generar un equilibrio entre la creación de valor y el desarrollo sostenible