

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEJAMU SUBACHOQUE
S.A.**

PRESENTADO POR:

ASTRID LORENA GARZÓN GONZÁLEZ

DERLY ADRIANA RIVEROS

GLADYS YORLENY RAMÍREZ

LAURA LORENA CASTRO CÁRDENAS

JAIRO RODRÍGUEZ BENAVIDES

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA –UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE
NEGOCIOS –ECACEN**

**DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

NOVIEMBRE 2018

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEJAMU SUBACHOQUE
S.A.**

PRESENTADO POR:

ASTRID LORENA GARZÓN GONZÁLEZ CÓD. 1077035173

DERLY ADRIANA RIVEROS CÓD. 39.574.727

GLADYS YORLENY RAMÍREZ CÓD. 20767945

LAURA LORENA CASTRO CÁRDENAS CÓD. 1.070.974.018

JAIRO RODRÍGUEZ BENAVIDES CÓD. 80377993

TUTOR:

FAIBER ALEXIS BENAVIDES

GRUPO _101008_1

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA –UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE
NEGOCIOS –ECACEN**

**DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

NOVIEMBRE 2018

Tabla de contenido

Lista De Tablas	5
Lista De Graficas.....	6
Lista De Ilustraciones	7
Palabras clave	8
Introducción.....	9
1. Objetivos	10
1.1 Objetivo General	10
1.2 Objetivos Específicos	10
2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa <i>Dejamu Subachoque</i>	11
2.1 Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores).....	11
Misión	12
Visión.....	12
Valores.....	12
2.2 Formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada.....	13
2.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial.....	14
3. Código de Conducta.....	14
3.1. Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción.	14
3.2 Código de conducta de la empresa seleccionada	19
3.3 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta	29
4. Stakeholders.....	33
4.1. Breve descripción de los Stakeholders	33
4.2. Mapa genérico de Stakeholders de cada uno de los participantes.....	34
4.3. Mapa genérico seleccionado con la respectiva explicación ampliada	37
5. Plan de responsabilidad social empresarial	38
5.1. Plan de responsabilidad social empresarial	39
5.2. Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders).....	52
5.3. Modelo de informe de gestión recomendado	53
Bibliografía	55
Conclusiones	57

Anexos	58
Poster:.....	58
Enlace del Video Subido A Youtube:	59

Lista De Tablas

Tabla 1 Formato De Evaluación De Desempeño, Empresa Dejamu Subachoque S.A	13
Tabla 2 Plan De Responsabilidad Social Empresarial Dejamu Subachoque S.A.....	41
Tabla 3 Plan De Comunicaciones Dejamu Subachoque S.A.....	52

Lista De Graficas

Grafica 1 Organigrama Dejamu Subachoque S.A	20
Grafica 2 Mapa Genérico Stakeholders Propuesta 1	34
Grafica 3 Mapa Genérico Stakeholders Propuesta 2	34
Grafica 4 Mapa Genérico Stakeholders Propuesta 3	35
Grafica 5 Mapa Genérico Stakeholders Propuesta 4	36
Grafica 6 Mapa Genérico Stakeholders Propuesta 5	36
Grafica 7 Mapa Genérico Stakeholders Seleccionado	37
Grafica 8 Matriz De Relaciones Influencia Vs Impacto Entre Dejamu y los Stakeholders	38

Lista De Ilustraciones

Ilustración 1 Poster De Responsabilidad Social Empresarial Dejamu Subachoque S.A.....	58
---	----

Palabras clave

Stakeholders, Matriz, Impacto, Innovación, Código de Conducta.

Introducción

En el presente trabajo realizaremos la socialización del plan de responsabilidad social empresarial de la empresa Dejamu, instrumento importante el cual encierra el código de conducta, donde se describen los valores y principios, con los cuales se rige la empresa y se benefician los clientes internos y externos, con mejores oportunidades y beneficios que permiten el mejoramiento de las condiciones de vida.

Al crear el plan de responsabilidad social empresarial para la empresa seleccionada se centra en la búsqueda y aplicación de estrategias que permitan concentrar la toma de decisiones que posean alcance social, económico, político y ambiental en pro de la obtención de beneficios para alcanzar una sostenibilidad empresarial.

El Plan de Responsabilidad Social Empresarial es muy importante para el éxito de la empresa, ya que se piensa en cada uno de los actores que intervienen en el desarrollo de la actividad comercial y económica.

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

- Poner el plan de responsabilidad social empresarial para la empresa Dejamu Subachoque S.A, donde se describa abiertamente los intereses y procesos que se realizaran en pro de las diferentes dimensiones empresariales y sociales, poniendo al servicio de la comunidad los principios, valores y habilidades de todo el equipo de trabajo.

1.2 Objetivos Específicos

- Elaborar el plan de responsabilidad social empresarial de la empresa.
- Plantear el código de conducta de la Empresa Dejamu.
- Crear el Mapa genérico de Stakeholders de la empresa seleccionada.

2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa *Dejamu Subachoque*

2.1 Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)

DEJAMU SUBACHOQUE S.A.



Es una sociedad por acciones simplificadas con domicilio en Subachoque. Su principal actividad es la elaboración de lácteos. Nace de la idea de integrarse totalmente a la tranquilidad de las actividades campesinas y vivir de la sencillez y naturaleza.

Se dedican a la producción de Yogurt en sus diferentes presentaciones:

- Yogurt natural sin dulce
- Yogurt con mermelada de frutas
- Yogurt endulzado con stevia
- Yogurt griego natural sin dulce
- Yogurt griego con mermelada de fruta
- Yogurt griego parfait
- Yogurt vegano bebible
- Yogurt vegano tipo griego
- Queso Riccota
- Queso Pera

- Queso Mozzarella
- Queso de untar
- Queso Paipa

Misión

Somos un grupo de trabajo que busca encontrar la mejor manera de vivir, expresado en la sencillez, tranquilidad y respeto por las costumbres y trabajos del campo. Sentido que traza el camino de progreso y aprovechamiento del trabajo campesino elaborando lácteos que representen la vida en la naturaleza encontrando el sentido original de la vida. Olvidando necesidades personales, para poder servir a los demás de la mejor manera posible.

Visión

DEJAMUS Subchoque se posicionará en el mercado local como la primera marca elegida por los clientes y llegando a nuevos mercados nacionales dentro de los próximos cinco años, de tal forma que en 2.023 su equipo de trabajo haya aumentado generando nuevos empleos en la región y proporcionando calidad y servicio en sus productos.

Valores

- Servicio a los demás de la mejor manera posible.
- Sencillez.
- Respeto
- Tranquilidad.
- Calidad.

2.2 Formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada

Tabla 1 Formato De Evaluación De Desempeño, Empresa Dejamu Subachoque S.A

Formato de Evaluación Impacto Empresa: DEJAMU SUBACHOQUE			
	Problema	Impacto	Prioridad atención
<u>Económico</u>	<p>Interno: Busca el desarrollo de su planta de trabajo y ganancia en las diversas tareas desarrolladas. Dotando a los interesados de lo necesario para el desarrollo continuo del trabajo.</p>	<p>Para garantizar que el negocio sea rentable y que obtenga las ganancias y los objetivos propuestos, es necesario atender estos problemas, teniendo en cuenta que depende del éxito del negocio todas estas características.</p>	ALTA
	<p>Externo: Generar margen de ganancia en las ventas y reconocimiento de la marca que proporcione mayores ingresos a la empresa y que contribuya a la creación de nuevos trabajos para campesinos del municipio y el desarrollo de capacitación para ellos mismos.</p>		
<u>Social</u>	<p>Interno: Con la generación de nuevos trabajos en la región busca que el trabajo del campesino sea mayormente valorado y aprovechado las materias primas que obtienen de esas actividades diarias.</p>	<p>La presencia de la empresa en la región es muy importante y el posicionamiento no solo de la marca si no de una empresa amiga de los vecinos y compañera de las causas sociales.</p>	MEDIA
	<p>Externo: En el posicionamiento de la empresa dentro del mercado lo importante es continuar con el espíritu de servicio y valoración del campesino de tal forma que sean sus productos reconocidos como símbolo del trabajo del campo en la región.</p>		
<u>Ambiental</u>	<p>Interno: La elaboración de los diversos productos debe estar siempre acompañada por procesos limpios y de cuidado ambiental que se muestren saludables y puros llamando la atención</p>	<p>Hoy en día es una de las dimensiones más importantes teniendo en cuenta que el cuidado del</p>	

por la calidad y cercanía con el espíritu natural.

Externo: Plantación de árboles, implementación de prácticas saludables para el desarrollo de las actividades agrícolas y cuidado del medio ambiente en general fuentes hídricas y apoyo a las campañas en contra de explotación minera y de torres de energía.

medio ambiente es una obligación de todos, por esto hacerse cargo de esta bandera es realmente importante para la recuperación de los espacios verdes y ecológicos.

ALTA

Fuente: Los Autores

2.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

Tomando en cuenta el trabajo empresarial que está desarrollando esta empresa en los ámbitos sociales y especialmente mostrando una nueva cara de la región por medio de productos lácteos que son totalmente fabricados con materias primas del municipio y por manos de los mismos Subachoqueños. En su búsqueda de encontrar en las actividades campesinas tranquilidad y un trabajo de calidad este equipo de trabajo ha mejorado la vida de varias personas a quien con conocimiento y trabajo apoyan en el emprendimiento propio y de una marca que ya se ha hecho conocer en diferentes segmentos de mercado permitiendo al consumidor disfrutar de toda la calidad y sabrosura que ofrece la región desde sus productos lácteos.

3. Código de Conducta

3.1. Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción.

El modelo seleccionado es: ***Modelo de Innovación Gerencial***, tomando en cuenta que ***Dejamu Subachoque*** es una empresa que ha llegado a la región para desarrollar sus tareas productivas de una forma diferente dejando atrás los grandes centros de producción y

centrándose en la calidad y tranquilidad de la tarea empresarial. En este sentido vemos como la empresa le entrega al consumidor final dentro de sus productos una propuesta diferente en calidad y elaboración; además la empresa internamente busca servir a la comunidad rescatando sus diversas costumbres y resaltando la labor desarrollada en sus tierras.

Dado que la innovación es una de las cualidades que más se rescata hoy en día dentro de los mercados y en general en el mundo empresarial considero que es una de las fortalezas de nuestra empresa tomando en cuenta la sencillez con la que transmite sus intereses a la comunidad y a los clientes, pero es completamente activo en acaparar mercados y el desarrollo de su objetivo empresarial.

Una innovación empresarial es una mejora en el modelo de negocio que tiene una empresa, es realizar grandes cambios organizacionales, productivos o tecnológicos en la propuesta que hace un negocio al mercado con el único fin de ser más eficiente y conseguir una mejor posición en el mercado o incluso crear un mercado totalmente nuevo donde no existan competidores. Algunas de las virtudes principales que tienen las empresas que realizan innovaciones empresariales son:

- *Ellas se adaptan fácilmente a los cambios en el mercado.*
- *Son empresas ágiles internamente para desarrollar nuevos productos y servicios.*
- *Tienen una visión de largo plazo destinada a cambiar el status quo de una industria.*
- *Crean ventajas competitivas que son absolutamente arrolladoras."*

**Tomado deciberopolis.com fuente de consulta en web (Enrique, 2011)*

Finalmente considero que este modelo nos puede guiar en la solución de los problemas que ya hemos planteado teniendo en cuenta que busca ser partícipe de la comunidad, posicionar sus productos y contribuir a la preparación y mejora del recurso humano con el que cuenta, la

innovación puede llegar a ser de gran importancia para la empresa si sabemos manejar el principio fundamental de la organización con los propósitos que hemos planteado en la mejora continua de problemas.

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

Código de Conducta:

➤ Global compact: El pacto Mundial de las Naciones Unidas, formula políticas en dimensiones de sostenibilidad social y ética y medioambiental. Es una Iniciativa voluntaria internacional propuesta por Naciones Unidas en 1991, en la cual las organizaciones adheridas se comprometen a promover el cumplimiento de diez principios:

Derechos Humanos:

1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.

2. No ser cómplice de abusos de los derechos humanos.

Normas Laborales:

3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva.

4. Eliminar todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.

5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil.

6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Medio Ambiente:

7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.

8. Promover una mayor responsabilidad ambiental.

9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.

Anticorrupción:

10. Actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

➤ Guías de la OCDE para multinacionales: Formula políticas en las dimensiones de sostenibilidad social y ética, medio ambiental y económica. Organización para la cooperación y el desarrollo económico compuesta por 34 estados quienes coordinan políticas económicas y sociales, fue fundada en 1960. *Su misión es promover políticas que mejoren el desarrollo económico y el bienestar social de las personas en todo el mundo.* Las directrices dadas han tenido varias actualizaciones la última en 2.011 por quinta vez, sus directrices son muy parecidas a un código de conducta exhaustivo para empresas.

Sistemas de Gestión y Certificación:

➤ ISO 26000: Se publicó en 2006 y contiene pasos para verificar como una organización gestiona sus dimensiones de responsabilidad social y sostenibilidad empresarial.

Iniciativas de Producto:

➤ Global Eolabelling Network: Es una organización sin fines de lucro compuesta por 27 organizaciones que se identifican por ser sosteniblemente ecológicas que representan a casi 60 países y toman decisiones y establecen parámetros en estos casos.

Marcos para la rendición de cuentas:

➤ GRI: Gestiona tratados de contabilización y comunicación en dimensiones de sostenibilidad como social y ética, medioambiental y económica. La organización Global Reporting Initiative (GRI) es una organización sin ánimo de lucro creada en 1997. Impulsa la elaboración de memorias sostenibilidad en organizaciones. Ha creado guías G3 y G4 con diferentes estándares.

➤ **Accountability 1000 Series:** Trata gestiones en contabilización, aseguramiento y comunicación en dimensiones de sostenibilidad social y ética, medioambiental y económica. Es una organización sin ánimo de lucro quien ha elaborado estos principios y normas con el fin de proveer a las organizaciones de cualquier sector o país de estándares para mejorar su desempeño en sostenibilidad. Se identifican tres principios.

El principio básico de exclusividad, que hace referencia al compromiso de ser responsable con aquellos sobre los cuales una organización genera un impacto y con los que generan un impacto en la organización, y que permite su participación para identificar asuntos y encontrar soluciones. Este principio básico de exclusividad es necesario para alcanzar los de Relevancia y Capacidad de Respuesta. La unión de los tres principios respalda el alcance de la Accountability.

El principio de relevancia, que consiste en determinar la relevancia e importancia de un asunto para la organización y sus grupos de interés.

El principio de capacidad de respuesta, que hace referencia a la capacidad de una organización para dar respuesta a los asuntos relevantes para los grupos de interés que afectan a su desempeño en materia de sostenibilidad y se lleva a cabo a través de decisiones, acciones y desempeño, así como mediante la comunicación con los grupos de interés.

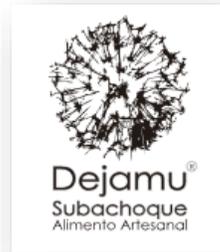
Índices de valoración:

➤ **Dow Jones Sustainability Index:** Gestión de tratados contabilización, aseguramiento y comunicación en dimensiones de sostenibilidad como social y ética, medio ambiental y económica. Creada en 1991, fue el primer índice que evaluaba la capacidad de las empresas en la creación del valor añadido para accionistas sobre riesgos y oportunidades. Busca así la

evaluación del desempeño y las conductas de líderes en sostenibilidad. **Consultado de Wiki EOI.com fuente de consulta en web*

3.2 Código de conducta de la empresa seleccionada

Código De Conducta Dejamu Subachoque S.A



Estimados colaboradores,

Con mucho gusto les presentamos el código de conducta de Dejamu Subachoque, donde se expresan los principios y valores que nos identifican y que como familia hemos venido construyendo con el pasar del tiempo y el desarrollo de nuestras actividades diarias. Queremos dejar plasmado en este texto las diferentes acciones que le dan un espíritu diferente a nuestra misión empresarial dejando una guía que exprese nuestra cultura y nuestro actuar.

Durante los últimos años de trabajo nos hemos interesado en mantener un espíritu sencillo, tranquilo y a gusto con las tareas que desarrollamos, fijando de esta forma la vista en todas las tareas que desarrollaremos y descubriendo nuevas formas de hacer para entregar finalmente productos innovadores a nuestros clientes, dejamos huella en las personas que nos rodean donde rescatamos lo mejor de cada labor y lo juntamos en un exquisito producto en el cual todo un país descubre el amor con el que se desarrolla cada una de las funciones dentro de nuestra empresa.

El código de conducta es una consolidado de todos los pilares de nuestra empresa que permite por medio de las acciones expresar las identidades individuales.

Esperamos que todos los compañeros nos comprometamos a respetar y hacer respetar el espíritu del documento y trabajando en conjunto para seguir adelante con entusiasmo y compromiso en el desarrollo incansable de nuestras tareas.

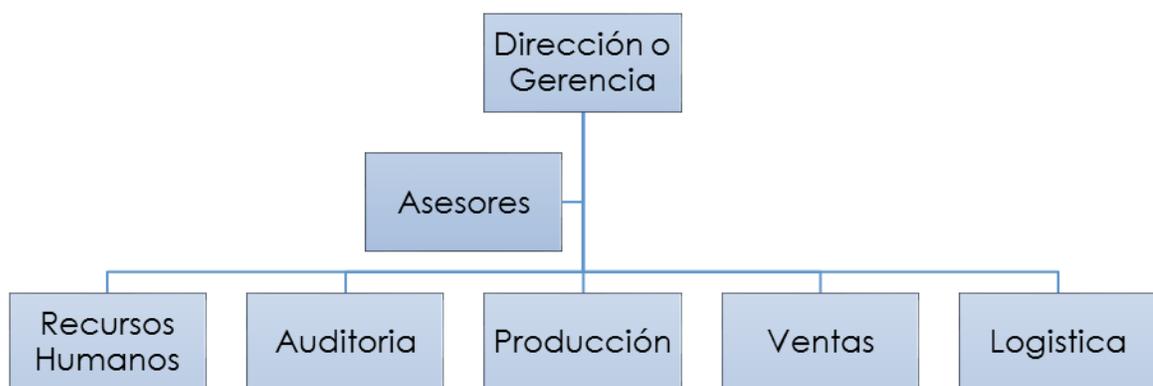
Dirección Dejamu Subachoque

➤ **A quien aplica**

La aplicación y el respeto del presente código de ética son un deber y obligación de todos los trabajadores, en sus diferentes cargos y funciones. Debe ser atendido y estudiado por los diferentes integrantes de la empresa y la defensa de lo que consigna será una tarea de todos.

➤ **Equipo de trabajo:**

Grafica 1 Organigrama Dejamu Subachoque S.A



Fuente: Astrid Lorena Garzón González

➤ **Instancias de sensibilización y participación**

Con el fin de orientar el desarrollo del presente código de conducta se establecen las siguientes instancias de participación y sensibilización dentro de la empresa:

Recursos Humanos: El área de recursos humanos con su personal calificado apoyara el proceso de difusión del presente documento y acompañara a todos los trabajadores en el conocimiento y solución de preguntas que surjan.

Auditoría Interna: Área importante en la aplicación y ejecución del código de conducta.

Comité de ética: Equipo participativo dentro de la ejecución del código de conducta creado por el mismo fin y con responsabilidades directas al documento como la realización de sus modificaciones, reglas y tomar acción frente a las denuncias que se puedan presentar por el no respeto del mismo.

Introducción

El desarrollo del código de ética empresarial tiene como única motivación la integración de todos los trabajadores y áreas que posee la organización, en este sentido la consolidación de principios, valores y acciones culturalmente empresariales se convierten en el mayor activo para la organización.

Identificar sinceramente y eficazmente las acciones y costumbres que realizan las empresas y crean un ambiente único y familiar dentro de ellas. Generalizar todas las buenas prácticas e implementar cambios dentro de la cultura empresarial es la partida para promover ambientes sanos y desarrollar trabajos con resultados. En este caso la creación del código de ética para Dejamu Subachoque es marcar un objetivo para mejorar la vida de los consumidores y las experiencias que todos ellos puedan tener por medio de la compra de nuestros productos.

Las conductas descritas en nuestro código de ética tienen que ver con acciones correctas que se deben generar en la empresa con el fin de mejorar las atenciones que se prestan a los diferentes procesos de producción, ventas y negociación de tal manera que se cumpla con gran eficacia las normas a las que nos encontramos ligados y que nos formen como ejemplo de compromiso, pero también de legalidad y transparencia. Partiendo de esta información los invito a todos a participar activamente de la implementación y creación de ambientes sanos en la organización garantizando que nuestras diversas actividades desarrolladas diariamente cumplen con la normatividad y la eficacia que se necesita para la ampliación empresarial, pero con mayor importancia que cumpla con la calidad que necesitan nuestros clientes en los productos que comercializamos y de los cuales cada día más nuestros consumidores se enamoran por sus múltiples propiedades.

Valores Empresariales

La empresa Dejamu Subachoque cuenta con colaboradores comprometidos, con alto sentido de pertenencia y consientes de la responsabilidad que tenemos en cada una de las acciones que realicemos y las repercusiones que pueden tener a futuro, y como trascienden nuestros valores en el interior de la empresa y al exterior, ya que según nuestro comportamiento damos una imagen personal y empresarial.

Los principales valores que se deben destacar en los colaboradores son:

- Responsabilidad
- Honestidad
- Respeto
- Tolerancia
- Lealtad

- Compromiso
- Orden
- Tolerancia

Confidencialidad Empresarial

Todos los trabajadores de la empresa garantizarán la confidencialidad en el desarrollo de sus actividades, esto teniendo en cuenta que existe información y actividades que se realizan y hacen parte únicamente del desarrollo completo y eficaz de procesos productivos de la empresa. Es necesario que todos los trabajadores se comprometan con el cuidado de información, y acciones propias de la empresa con el fin de que las labores puedan seguir desarrollándose eficazmente y aun mejor incrementando los resultados en los diferentes campos.

Conflicto De Interés

En nuestra empresa dependemos de la confianza que nuestros clientes y proveedores puedan tener con nosotros, por esta razón cada trabajador informará al área de recursos humanos y a su jefe directo los conflictos de interés que puedan existir en el buen desarrollo de sus actividades diarias, teniendo en cuenta que pueden generarse mal interpretaciones en la toma de decisiones que se puedan alterar y aun peor se puede generar desconfianza en la imparcialidad con la que se desarrollan las tareas en los diversos puestos de trabajo.

Conducta Interna

El trabajador dará buen ejemplo de los principios, valores y transparencia de la compañía demostrando de esta forma la calidad del trabajo desarrollado por los diversos departamentos de la empresa. Adicionalmente los trabajadores tendrán conductas positivas frente a los siguientes ámbitos:

- Presentación personal, su presentación personal será ejemplo de limpieza y pulcritud resaltando elegancia cumplimiento de estándares necesarios para el manejo de alimentos.
- Su vocabulario será respetuoso con sus compañeros, proveedores y clientes.
- generará confianza y respeto mutuo con sus compañeros fortaleciendo lazos de amistad que contribuyan al desarrollo eficaz de sus actividades diarias y la de sus compañeros.
- El trabajador será cuidadoso con el uso de los activos (muebles e inmuebles) de la empresa los cuales son sus herramientas diarias.
- Colabora y sirve ampliamente en diferentes ambientes empresariales para el desarrollo de funciones laborales, solución de conflictos y participación en mejoras.
- Se caracterizará por su puntualidad y disciplina.
- Los compromisos que desarrolle interna y externamente serán cumplidos si de esta forma se contribuye al mejoramiento de sus tareas diarias.
- El trato con todos en general será respetuoso, amable y servicial.

Normas Éticas

1. Respeto por cada una de las características de todos y cada uno de nuestros colaboradores, teniendo en cuenta la libertad de personalidad y de opinión.
2. No se tendrá discriminación alguna por razones de religión, raza, color, edad, clase social, opinión política, situación económica o preferencia sexual.
3. Quienes tengan un cargo de manejo de personal tendrán claro que velarán por un ambiente con equidad, justicia y tranquilidad. Se proveerá un ambiente de trabajo con motivación y continua capacitación. Liderar tareas con un objetivo común que es el cumpliendo los objetivos de la empresa con un continuo liderazgo.

4. En Dejamu Subachoque está totalmente prohibido el acoso laboral en cualquiera de sus facetas, con solicitud de quien lo llegase a experimentar lo denuncie con la confianza de que se va a realizar las correcciones necesarias.

5. La información financiera de la empresa se llevará de forma veraz, con total confidencialidad y discreción.

6. Los colaboradores evitarán comentarios de proyectos de la empresa con terceros o familiares.

7. Nuestros colaboradores por ningún motivo pueden utilizar el nombre de la empresa, así como equipo, materiales o recursos de ella para beneficio propio o de algún familiar.

Favores Comerciales

No existirán tratos que involucren desarrollar favores personales o que le permitan sacar alguna ventaja sobre otros. Tendrá carácter sancionatorio la conducta que se aproveche del desarrollo de actividades empresariales para obtener o ayudar a obtener beneficios propios.

Relación Con Los Clientes

1. Teniendo en cuenta la importancia que tienen los clientes para cualquier empresa, los colaboradores de Dejamu Subachoque se destacarán en su excelente servicio al cliente, con honestidad y respeto, creando relaciones duraderas.

2. Se prohíbe la publicidad engañosa, o vender productos sin dar sus características claras y veraces.

3. No se hará ningún tipo de negocio con los clientes diferentes a los relacionados con la producción de la empresa.

Contravenciones

Si algún trabajador es encontrado cometiendo un delito o existen suficientes pruebas que demuestren su culpabilidad se iniciará un proceso disciplinario interno y se informará a las autoridades competentes de los hallazgos.

Negociaciones

Toda negociación se desarrollará bajo la normatividad establecida sin permitir actos de corrupción o malversación de algún tipo.

Las negociaciones desarrolladas por los trabajadores se desarrollarán en pro de la realización de las tareas diarias positivamente o en la creación de sociedades que permitan reconocimiento y ganancia para la empresa, esto tomando en cuenta las políticas de competencia empresarial y sin sacar ningún beneficio propio ni beneficios para ningún tercero.

Relación Con Proveedores

- 1.** En Dejamu Subachoque se contará con proveedores que nos faciliten materia prima de excelente calidad y precios manejables para beneficiar nuestra producción y costos.
- 2.** Solo se obtendrá el beneficio de los proveedores para la empresa, sin ningún interés propio.
- 3.** Solicitar por parte de nuestros colaboradores algún tipo de incentivo por servicios prestados se considera una práctica ilícita y prohibida que puede conllevar a inconvenientes laborales.
- 4.** En Dejamu Subachoque se dará respuesta a todos y cada uno de los requerimientos y observaciones para que se cumpla de acuerdo a la ley y en pro de las partes involucradas, para el éxito en la producción.

Uso De La Información De La Empresa

La información manejada por la empresa es completamente propiedad de ella y no puede ser compartida, copiada duplicada o modificada por nadie. Para garantizar el uso adecuado de la información empresarial se crearán auditorías internas que velarán de acuerdo a la verificación de estas conductas.

Comunicaciones Estratégicas

Todas las comunicaciones realizadas por la empresa interna o externa deben ser claras y objetivas, de la tal forma que se use respetuosa la palabra y no se ofenda, discrimine o dañe a nadie. Además, se harán con transparencia mostrando de esta forma resultados reales. En las comunicaciones y estrategias, se debe cuidar el tipo de información que se comparte tomando en cuenta el párrafo anterior “uso de la información de la empresa”.

Responsabilidad Social

- 1.** Dejamu Subchoque está comprometida con su responsabilidad social y el cuidado del medio ambiente, por tal motivo, trabaja a diario con el propósito voluntario de cumplir legalmente con todo lo concerniente en la conservación del medio ambiente.
- 2.** Se realizará continuamente capacitaciones para tener presente el cuidado y preservación del medio ambiente.
- 3.** El tratamiento de aguas residuales será de buen cuidado de acuerdo a la normatividad vigente.
- 4.** El manejo de basuras estará muy bien tratado con el modelo de reciclaje, realizando el proceso adecuado de las mismas, con gran responsabilidad.

Cultura, Social Y Religión

Dejamu Subachoque es respetuoso y tolerante de todas las culturas, orientaciones sexuales, pensamientos personales, culturas o credos profesados por los trabajadores y ellos a su vez de las características personales de sus compañeros. Es una falta grave generar espacios de discriminación, maltrato o insultos a los compañeros por las opiniones o costumbres culturales diferentes que ellos pueden tener. En la empresa se crearán espacios de integración y tolerancia donde se valoren las características que nos hacen diferentes unos de otros, dentro de las múltiples de personalidades que pueden llegar a ser parte del equipo empresarial.

Marco Normativo

El código de conducta cuenta con todas las leyes relacionadas con la creación de empresa, cuidado medio ambiental, competencia leal, código sustantivo del trabajo, leyes que rigen la contratación y normatividad en contra de la corrupción y el trato amable y respetuoso a los trabajadores.

- El Código del Trabajo vigente data de 1950.
- Constitución de 1991 contiene numerosas normas que protegen al trabajador.
- Ley núm. 50 de 28 de diciembre de 1990, por la que se introducen reformas al Código Sustantivo de Trabajo y se dictan otras disposiciones.



Representación “TODO” del equipo Dejamu Subachoque

3.3 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta

Definición

Se entiende por Inversiones Financieras Temporales aquellas inversiones financieras que tengan tal condición conforme al Plan General de Contabilidad, aprobado por el Real Decreto 1643/1990, de 20 de noviembre, siempre que se trate de inversiones en activos (valores mobiliarios e instrumentos financieros) con vencimiento no superior a un año, así como aquellos activos a mayor plazo que se adquieran o mantengan con la finalidad de beneficiarse a corto plazo de las variaciones en sus precios. Por valores mobiliarios e instrumentos financieros hay que entender aquellos comprendidos en el artículo 2 de la Ley del Mercado de Valores y las participaciones en instituciones de inversión colectiva.

El artículo 2 de la Ley del Mercado de Valores establece que “quedan comprendidos en el ámbito de la presente Ley los valores negociables emitidos por personas o entidades, públicas o privadas, y agrupados en emisiones. Reglamentariamente se establecerán los criterios de homogeneidad en virtud de los cuales un conjunto de valores negociables se entenderá integrado en una emisión.

También quedarán comprendidos dentro de su ámbito de actuación los siguientes instrumentos financieros:

a. Los contratos de cualquier tipo que sean objeto de negociación en un mercado secundario, oficial o no.

b. Los contratos financieros a plazo, los contratos financieros de opción y los contratos de permuta financiera, siempre que sus objetos sean valores negociables, índices, divisas, tipos de interés, o cualquier otro tipo de subyacente de naturaleza financiera, con independencia de la

forma en que se liquiden y aunque no sean objeto de negociación en un mercado secundario.

Tomado de https://es.wikipedia.org/wiki/Código_de_conducta_de_empresa

Gestión de inversiones

La gestión y administración de las inversiones financieras que son objeto del presente Código, han de llevarse a cabo con responsabilidad y eficacia y de acuerdo con el siguiente procedimiento:

1. Decisiones de inversión: de acuerdo con los estatutos de la empresa, corresponde al comité Administrativo de la empresa la adopción de las decisiones de inversión previstas en este Código. Para lo cual los miembros del Comité tendrán suficientes conocimientos técnicos o, en su defecto, podrán decidir la contratación del asesoramiento profesional de terceros, que, a su juicio, ofrezcan suficientes garantías de competencia profesional e independencia.

2. Ejecución de las órdenes de inversión: Corresponde al gerente de la empresa la ejecución de las órdenes de inversión, sean compras, suscripciones, ventas o reembolsos, previamente acordadas por el Comité.

3. Gestión: La gestión de las inversiones financieras se efectuará a través de la dependencia del sistema financiero de la empresa.

4. Documentación de las operaciones: Todas las operaciones sometidas al presente Código, serán documentadas por el Gerente de la Empresa, y deberán incluir una ficha por operación o grupo homogéneo de operaciones, en la que se incluirá una valoración global de la operación, una referencia a las condiciones del mercado y de los tipos de interés.

5. Informe anual: Con la rendición de cuentas anuales se incluirá un Informe anual del grado de cumplimiento del Código de Conducta de las Inversiones Financieras en el ejercicio, que será aprobado por el comité, y en el que se informará con transparencia y claridad de las operaciones

realizadas en el ejercicio y, en particular, de las operaciones en que se hayan separado de las recomendaciones contenidas en este Código, explicando las razones que les sirvan de fundamento.

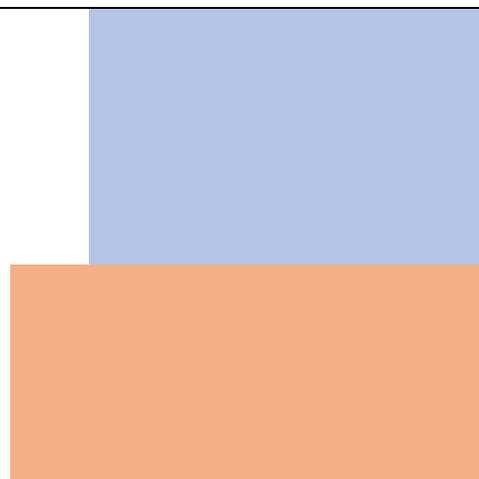
6. Rentabilidad: De acuerdo al riesgo asumido por la inversión, valorar la capacidad de generar un excedente, por ese riesgo.

7. Liquidez: Estimar la capacidad de transformación de los activos financieros en dinero, sin llegar a pagar un significativo coste.

Tabla 2 Actividades, Rubros De Inversión y Cronograma

Actividad	Descripción	Rubro	Justificación	Cronograma							
				Oct	Nov	Dic.	Ene	Feb.	Mar	Abr	Mu
Valores éticos y morales	En el conjunto de la empresa generar espacios de cultura e integración donde se conozcan y definan los valores éticos de los diferentes equipos de trabajo y en general en toda la empresa	\$10.000.000	Materiales dinámicos (papelería) para el desarrollo de los talleres.								
Seguridad	Interés organizacional en el trabajador.	\$50.000.000	Actividades del Equipo de Salud Ocupacional								

Implementación Código	Entregará del documento código de ética a todos los trabajadores por medio de un importante evento donde se cuente la historia de creación del documento y su finalidad. Anuncio e integración del código de conducta,	\$60.000.000	Impresiones documentos, evento empresarial interno.	
Comité Código de conducta	quienes apoyaran el seguimiento y control de lo estipulado por todos los integrantes de la empresa.	\$2.000.000	Presupuesto comité para papelería y otros temas.	
Diversificación	TODOS UN MISMO EQUIPO, integración cultural.	\$5.000.000	Trimestral para actividades y talleres.	
Publicidad	Publicidad en carteleras, correos, medios informáticos y espacios de motivación y conocimiento del código.	\$4.000.000	Publicidad interna, carteleras, folletos y diseño gráfico, mensual.	
Capacitación Código de conducta	Inicialmente se desarrollaran programas de capacitación en el código	\$50.000.000	Desarrollo de capacitaciones, pago al instructor	

Reunion es y seguimi ento	de conducta semestralmen te, después de su desarrollo se realizará mensualment e. Reunión del comité y testigos del cumplimiento mensualment e.	y refrigerio. Cubierto por \$0 presupuest o ya otorgado.	
------------------------------------	---	--	--

Fuente: Los Autores

4. Stakeholders

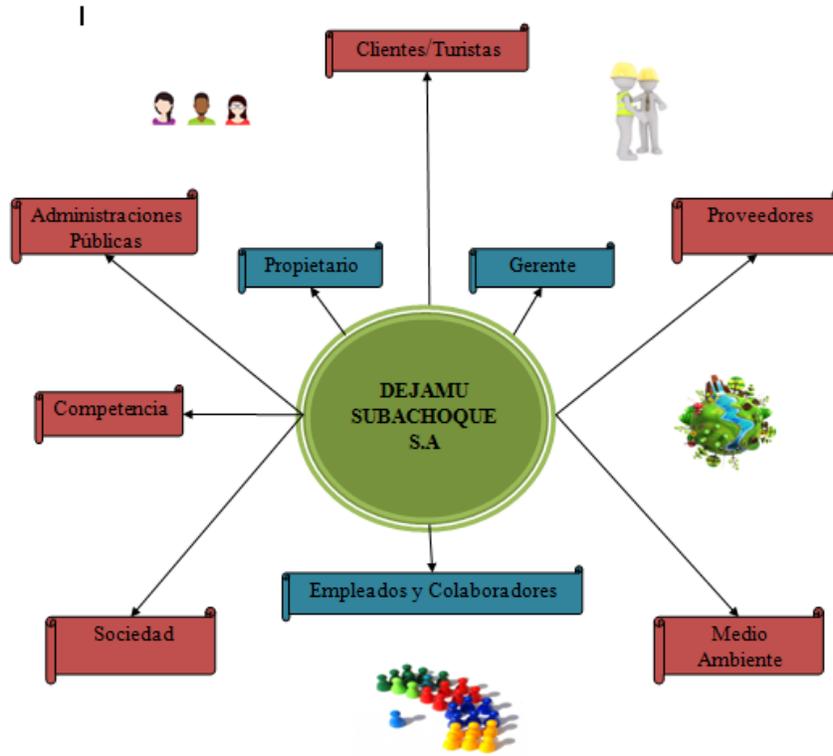
4.1. Breve descripción de los Stakeholders

Los Stakeholders son personas o grupos que están afectados directa o indirectamente por las acciones de la empresa, así como los que tienen algún interés en la empresa o la posibilidad de influenciar en ella.

En estos grupos podemos contar a los empleados, clientes, proveedores, accionistas, inversores, entes públicos, organizaciones no gubernamentales, sindicatos, organizaciones civiles, la comunidad y la sociedad en general.

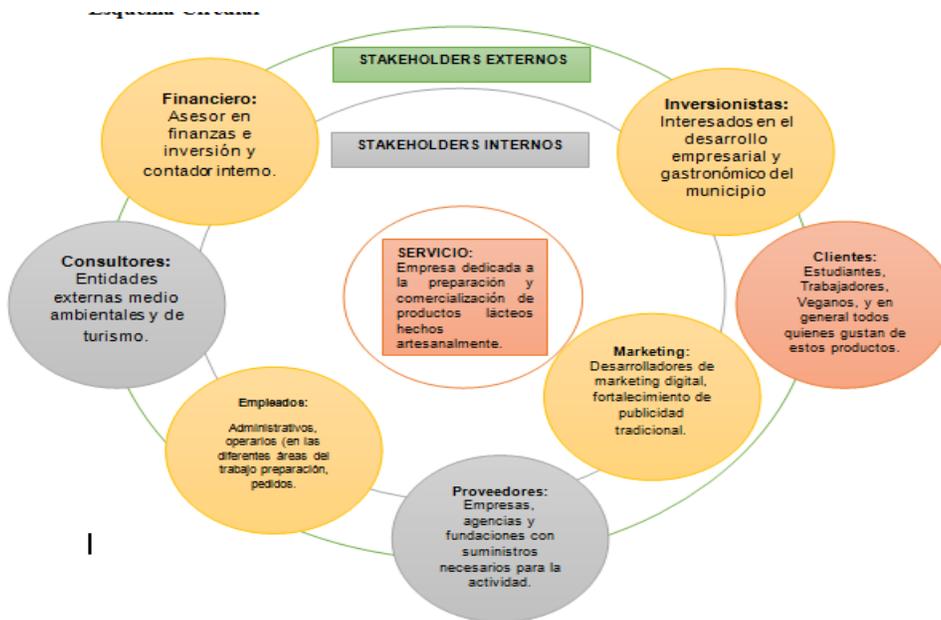
4.2. Mapa genérico de Stakeholders de cada uno de los participantes

Grafica 2 Mapa Genérico Stakeholders Propuesta 1



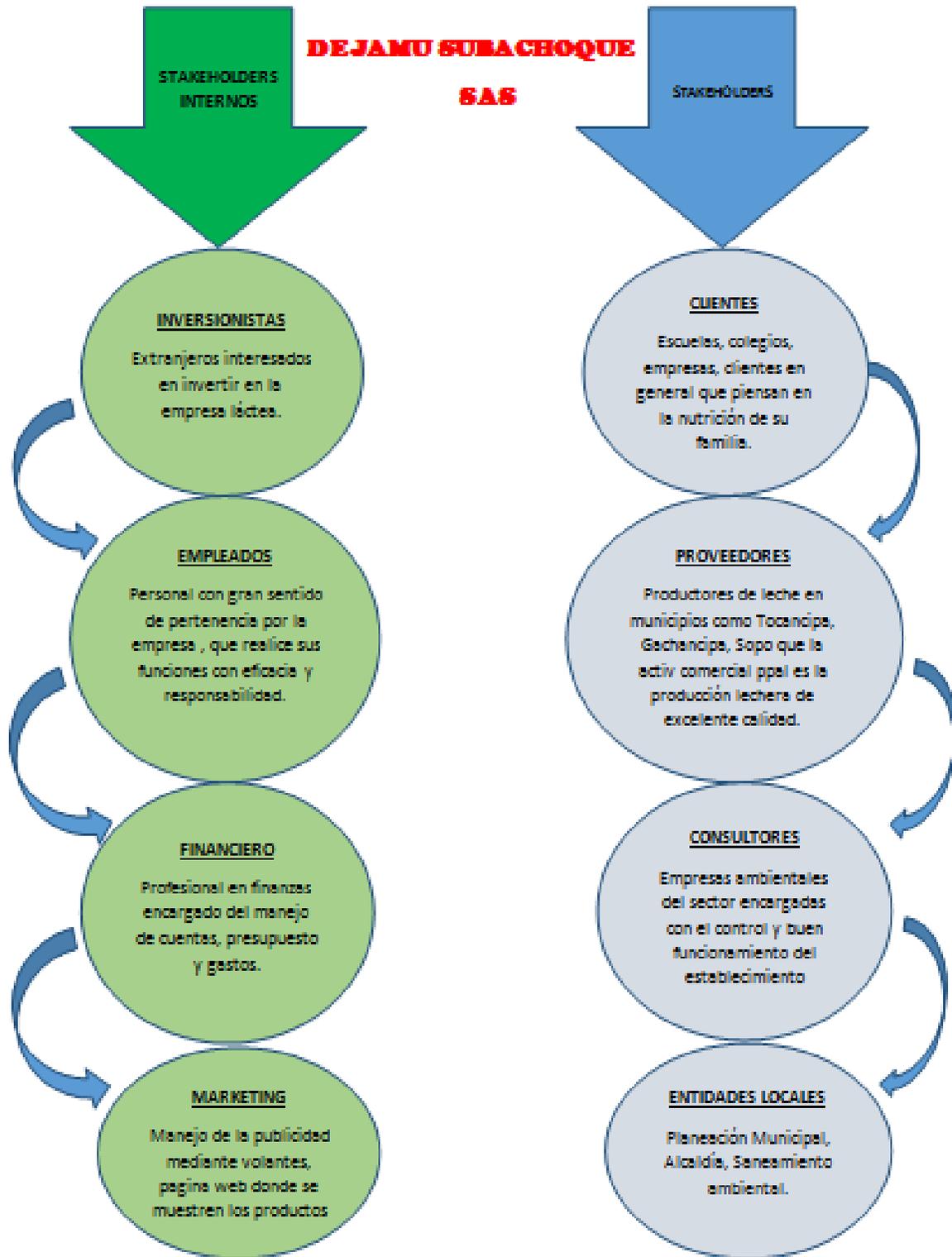
Fuente: Laura Lorena Castro Cárdenas

Grafica 3 Mapa Genérico Stakeholders Propuesta 2



Fuente: Astrid Lorena Garzón

Grafica 4 Mapa Genérico Stakeholders Propuesta 3



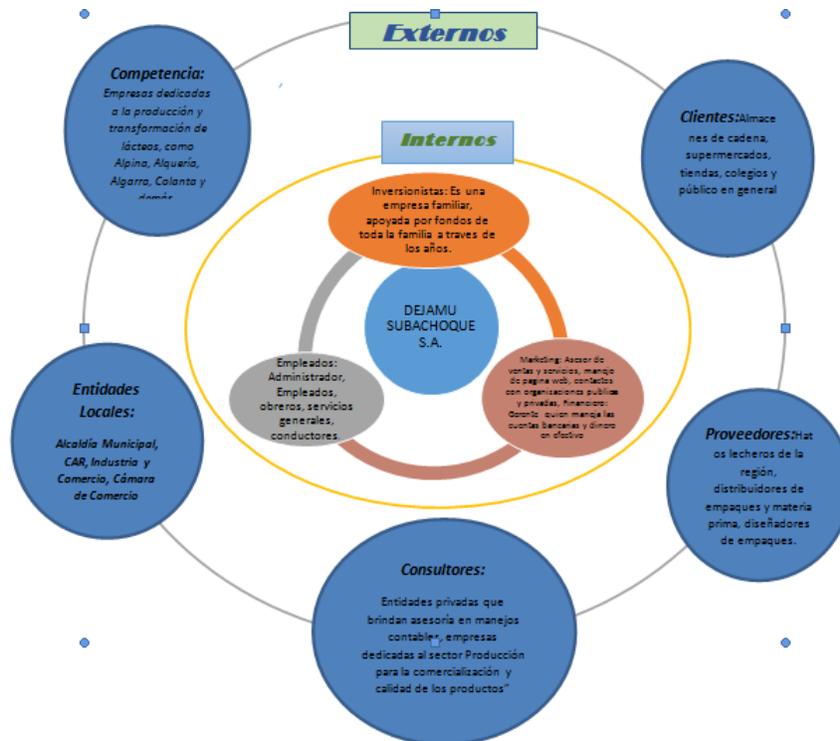
Fuente: Derly Adriana Ramos Riveros

Grafica 5 Mapa Genérico Stakeholders Propuesta 4



Fuente: Jairo Hernando Rodríguez

Grafica 6 Mapa Genérico Stakeholders Propuesta 5



Fuente: Gladys Yorleny Ramírez

4.3. Mapa genérico seleccionado con la respectiva explicación ampliada

Es una herramienta que permite identificar e investigar las maneras en las cuales los diversos actores pueden influenciar en la organización o pueden ser influenciados en sus actividades, así como su actitud hacia la organización y sus metas; permite formular y poner en marcha estrategias y tomar las decisiones que satisfagan a todos o a la mayor parte de los Stakeholders.

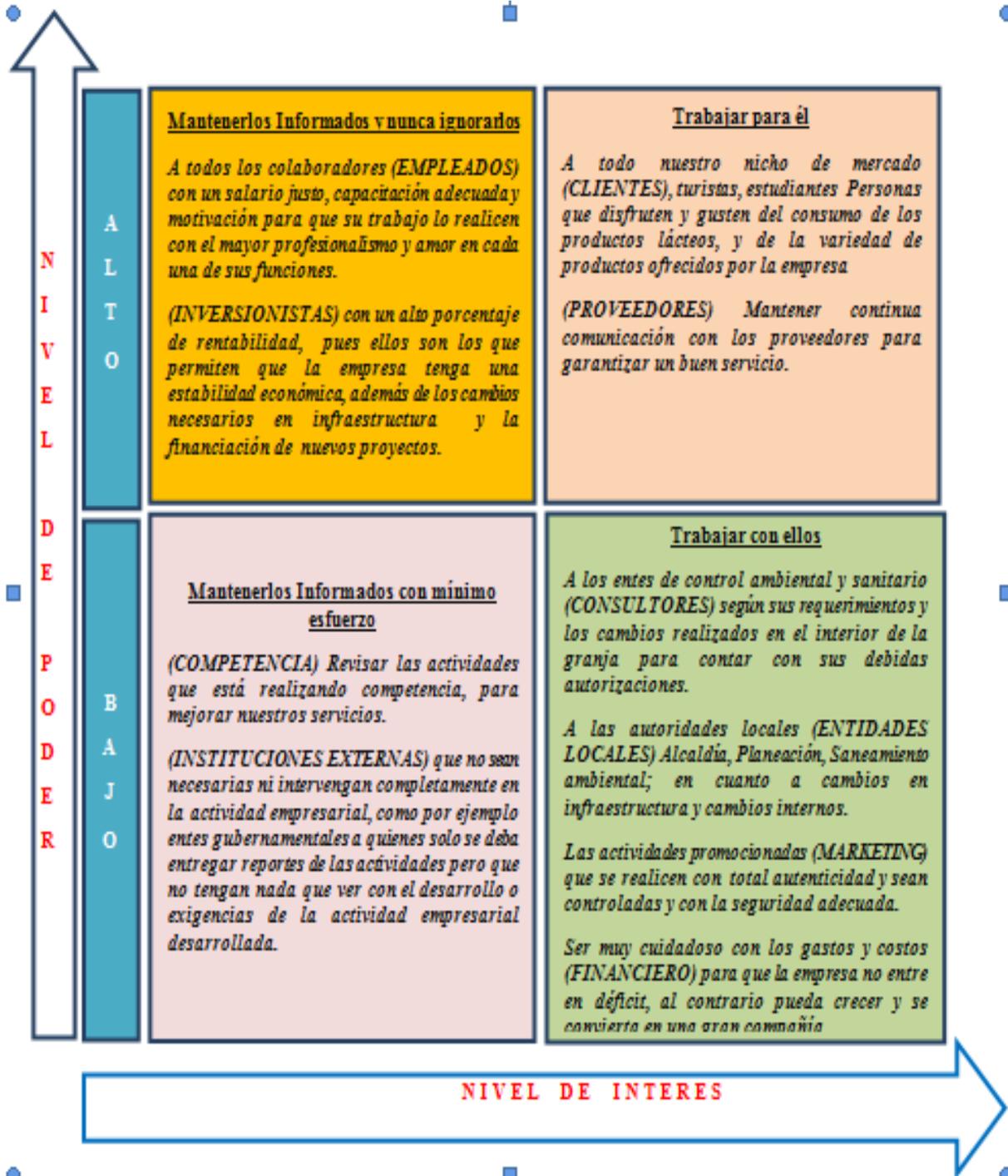
Grafica 7 Mapa Genérico Satakeholders Seleccionado



Fuente: Gladys Yorleny Ramírez

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

Grafica 8 Matriz De Relaciones Influencia Vs Impacto Entre Dejamu y los Stakeholders



Fuente: Los Autores

5. Plan de responsabilidad social empresarial

5.1. Plan de responsabilidad social empresarial

Plan de RSE Dejamu Subachoque S.A

El concepto de RSE adquiere gran importancia de la mano de la teoría y la práctica de los stakeholders, a la vez que se incorpora la idea de la gestión de las relaciones con los diferentes públicos que generan los estados de reputación de la organización. Este eje de reputación, que crea o destruye valor económico para las empresas, es una palanca que impulsa la mayor preocupación por los aspectos intangibles de la relación entre empresa y sociedad. En una conferencia en Harvard (1999) Alan Greenspan (entonces presidente de la Reserva Federal de Estados Unidos) explicaba cómo “en el mundo de hoy, donde las ideas están desplazando cada vez más a los bienes físicos en la producción de valor económico, la competencia por la reputación se convierte en una fuerza motora muy significativa, que propulsa nuestra economía hacia adelante”.

El origen de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se vincula a la tradicional tensión que surge entre las organizaciones, la sociedad que las acoge y la búsqueda de equilibrio dinámico entre ambas dimensiones de la relación social. Sobre el origen de las responsabilidades de las empresas en la sociedad podemos encontrar dos posiciones claramente diferenciadas: una corriente de pensamiento sostiene que “la única responsabilidad de una empresa es con sus accionistas”, posición que defiende al rol económico centrado en la maximización de beneficios, como la principal y única responsabilidad de las organizaciones, solamente matizado por una “conciencia ética de los empresarios y la normativa vigente” (Friedman, 1970).

La RSE se puede comprender mejor en el marco del proceso de globalización de las economías, fenómeno que ha acelerado la exposición de las empresas y su visibilidad en las sociedades contemporáneas, en manos de una sociedad de consumo cada vez más exigente (y nada dispuesta a pagar más por las respuestas a sus exigencias). No solo se ha consolidado un nuevo modelo organizacional que debe considerar los impactos ocasionados en los stakeholders por sus cadenas de valor, sino que, también, las corporaciones asumen algunas responsabilidades en tareas otrora exclusivas del Estado.

Tabla 2 Plan De Responsabilidad Social Empresarial Dejamu Subachoque S.A

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EMPRESA DEJAMU SUBACHOQUE							
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
E	<i>Entidades Locales</i>	Cumplir con la normatividad tributaria	Cumplir con el pago de los impuestos de acuerdo a la normatividad tributaria, para que el gobierno pueda invertir en obras sociales y en proyectos para el desarrollo del país.	Semestra l o anual de acuerdo a la norma.	Sala de capacitacione s y eventos, refrigerios, Ofertas laborales, Recursos monetarios.	Impuestos pagos /Total impuestos *100	Mensual mediante planillas y recibos de pago.
		Cumplir con las normas sanitarias y las indicaciones en el manejo y el tratamiento de alimentos.	Capacitar a los empleados en manejo de alimentos y certificar estos estudios.	Semestra l	Sala de capacitacione s y eventos, refrigerios, Recursos monetarios. Papelería. Asesores y profesores en el tema.	Número de asistentes a capacitación/ Comunidad potencial *100 Visitas atendidas/ Visitas	Planillas con el registro de asistencias. Actas de visitas y reuniones con las diversas entidades.
C			Atender todas las visitas programadas				

		por las entidades puntualmente.		Certificados.	programadas*100	Registros fotográficos.	
O	<i>Inversionistas</i>	Aumentar las ganancias mejorando su capacidad	Ingresar a nuevos mercados, tiendas de diferentes formatos.	1 año	Económicos, Folletos de publicidad, descuentos, promociones, redes sociales	N° Convenios realizados /N° de Convenios nuevos propuestos a realizar* 100	Un informe Trimestral de ventas y descuentos Hoja de asistencia de visitantes empresariales con descuentos
		Conseguir Inversionistas que se proyecten en la empresa para contar con un mejor servicio.	Elaborar un proyecto llamativo, donde se evidencie las cualidades y ventajas de la empresa.	6 meses	Personal capacitado para plasmar las ideas con el objetivo de llamar la atención.	N° de proyectos desarrollados/ N° de proyectos elaborados* 100	Realización de comités semanales para evaluar el proyecto.
	N	Ampliar los canales de comunicación y eficiencia en la creación de proyectos.	Crear en la página web de la empresa un portal para inversionistas donde se tenga chat, correo y blog.	1 año	Diseñador y Programador web	Página web con funcionamiento del 100%	Informes para cada fase: Fase 1. Presentación de propuesta. Fase 2. Diseño de página web. Fase 3.

O							Validación de procesos. Fase 4. Pruebas Piloto con inversionistas. Fase 5. Implementación. Fase 6. Seguimiento y control.
M	Marketing	Dar a conocer con mayor importancia los nuevos productos Yogurt griego, queso y veganos.	Crear una página web donde se suban videos e relacionados con la elaboración y beneficios de los productos	3 meses	Personal con creatividad para crear la página.	N° de páginas creadas/ N° de páginas proyectadas* 100	Revisión de la presentación de la página por los directivos de la empresa.
I			Realizar un Lanzamiento interno de estos productos para mayor visibilidad.	3 meses	Salón de eventos. Exhibición de productos. Refrigerios.	No. De eventos desarrollados/ No. De eventos programados* 100	Registro fotográfico. Encuestas de satisfacción del evento.

C	Realizar actualización a los equipos físicos del área de marketing buscando mejorar los procesos publicitarios.	Entregar equipos nuevos, un software de diseño, dos equipos de cómputo, una impresora plotter.	4	5 meses	Financieros.	Número de equipos instalados en 1 mes/Numero de equipos planeados instalar en 1 mes*100	Cotizaciones. Informes de funcionalidad y calidad en compra. Compra (Factura)
		Adquirir los equipos nuevos y realizar inventario.					
<i>Clientes</i>	Fidelizar a los clientes	Creación de bonos de compra en productos Dejamu, dentro de los supermercados		6 meses	Económicos Publicidad, contacto telefónico, correo electrónico, redes sociales	N° de bonos entregados/N° de bonos proyectados*10	Estadísticas de bonos entregados en cada cadena de al macen y usados por los clientes.
<i>Proveedores</i>	Desarrollar procesos logísticos eficientes.	Identificar mi cadena supplychain con cada proveedor. Implementar protocolos de solicitudes y tiempos de respuesta.		8 meses	Profesional con experiencia en cadenas de suministro y logística. Papelería Recursos tecnológicos Recursos	0% de afectaciones a las actividades diarias por falta de suministros.	Mensual Actas e informes de la tarea desarrollada por logística. Verificación semanal del registro de afectaciones o retrasos en actividades diarias registrados

					financieros (presupuesto)		por los trabajadores.
	Hacer pagos puntuales y adecuados.	Reunión de planificación y colaboración con los proveedores. Realizar cronograma de pagos a los proveedores.	6 meses	Salas de reunión Papelería Software contable con relación de pago a proveedores.	Facturas pagas por OC/Solicitudes OC realizadas en el mes*100	Mensual actas de reunión. Facturas de Pagos.	
S	Empleados Promover prácticas seguridad del empleado durante el desarrollo de sus actividades diarias.	Capacitación en normas y uso de los implementos o equipos de seguridad. Desarrollo de pausas activas semanales donde participen los trabajadores. Identificación de sitios peligrosos dentro de las instalaciones de la empresa	6 meses	Sala de capacitación Expertos Refrigerios Adquisición de equipos de seguridad (Cascos, guantes, tapabocas, protectores, etc.). Coordinadora salud ocupacional o enfermera. Avisos Certificados Papelería.	Empleados capacitados/Total empleados*100 Total participantes en pausas activas/Total empleados*100 Sitios señalizados/Sitios identificados*100	Bimestral Planillas de capacitación Semanal Planillas de participación pausas activas Bimestral Actas de marcación de los sitios identificados como peligrosos. Diario Acta de observación de la coordinadora de salud ocupacional en la verificación del uso de	

		y su señalización.				equipos de seguridad.
O	Aumentar la capacidad intelectual de los empleados	Capacitaciones en atención al cliente	3 meses	Instalaciones Papelería Instructor Económicos	N° de empleados capacitados/ Total empleados* 100	Panillas de asistencia a las capacitaciones
C		Vinculación a educación profesional con bonos del 50% del primer semestre a empleados sobresalientes.	6 meses	Económicos	N° de becas Obtenidas/N° de empleados sobresalientes* 100	Desprendible de pago por empleo bonificado
I	Optimizar las relaciones interpersonales Y ambiente de trabajo adecuado	Realizar charlas sobre autoestima y valores. Desarrollar talleres y dinámicas con los empleados sobre convivencia.	1 año	Económicos Instalaciones papelería	N° de empleados capacitados/ Total empleados* 100 N° de bonos entregados/ Total de empleados* 100	Encuesta de satisfacción de los empleados cada tres meses

		Brindar bonos a los empleados como gratitud a su buen desempeño y comportamiento,				
A	Brindar la oportunidad a los empleados de formarse y crecer laboral y profesionalmente. Además velar por su bienestar.	Realizar capacitaciones periódicas a los empleados de formación y crecimiento personal y socialización de los diferentes procesos, uso de implementos y equipos de seguridad en el trabajo, crear programas de bienestar que les permita compartir con la familia a precios muy bajos.	Mensual	Sala de capacitaciones y eventos, refrigerios, planes y programas subsidiados.	número de empleados capacitados/total empleados *100	Semestral mediante planillas de capacitación.
L						

	Mejorar la motivación, comunicación y participación del empleado en el desarrollo de procesos administrativos e innovadores de la empresa.	FeedBack Mensual por equipos de trabajo. Conformación de comités éticos, de seguridad, administrativos e innovadores.	3 meses	Papelería Refrigerios Software empresarial para el registro de FeedBack Salas de reunión Recursos financieros (presupuesto) para comités.	Encuesta de clima laboral para el primer año sobre 60% de satisfacción de los empleados.	Mensual registro de participación del FeedBack, no acta de temas tratados "confidencial" a menos que sea necesario (código de ética). Mensual Actas de conformación y reunión de los comités.
<i>Comunidad</i>	Implementar prácticas en beneficio de la comunidad que permita el mejoramiento de las condiciones de vida.	Retribuir a la sociedad parte de los beneficios monetarios recibidos por el ejercicio del negocio, mediante jornadas de educación y formación, además ofertas de trabajo.	Mensual	Sala de capacitaciones y eventos, refrigerios, Ofertas laborales, Recursos monetarios.	número de asistentes a capacitación/ Comunidad potencial *100 impuestos pagos /Total impuestos *100	Planillas de asistencia y recibos de pago.
	Apoyar el emprendimiento de la comunidad aledaña	Crear programas de formación y emprendimiento	Semestra l.	Sala de capacitaciones y eventos, refrigerios,	N° de propuestas exitosas/Total propuestas de	Semestral mediante planillas de capacitación.

		brindando capacitación y cooperación para formar empresa.	o que beneficie a la comunidad brindando capacitación y cooperación para formar empresa.		planes y programas subsidiados.	emprendimiento	
	Competencia	Generar espacios de comunicación y colaboración.	Realizar reunión semestral con representantes de la competencia donde se desarrollen estrategias para la colaboración en eventos especiales a favor de la comunidad.	18 meses	Papelería Salas de Reuniones Refrigerios	Reuniones realizadas/Reuniones planeadas*100	Actas de reunión Informes semestral de Actividades
A	Sociedad	Crear conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y la responsabilidad que tenemos para dejar un ambiente sano para nuestras generaciones.	Desarrollar talleres para la implementación de las normas establecidas por las corporaciones que velan por	Mensual	Sala de capacitaciones y eventos, refrigerios, folletos y cartillas.	N° de talleres realizados/ Total de talleres programados* 100	Mediante planillas de capacitación. Estudios realizados semanales.

M			el cuidado del medio ambiente.				
B		Construir ambientes saludables y comunales	Desarrollar actividades de recreación con los niños del sector.	1 año	Económicos,	N° de actividades realizadas/ N° de actividades programadas*100	Informe mensual de las actividades. Programador mensual
I			Diseñar campañas de buen trato y cuidado del medio ambiente				
E							
N	<i>Cientes</i>	Crear conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y la responsabilidad que tenemos para dejar un ambiente sano para nuestras generaciones.	Inculcar a nuestros clientes sobre el cuidado de la naturaleza y la biodiversidad que se puede observar en el municipio de Subachoque, mediante charlas y talleres educativos.	Mensual	Folletos y cartillas.	N° de talleres realizados/ Total de talleres proyectados*100	Semestral mediante planillas de capacitación. Estudios realizados.
T							
A							

L	<i>Socios</i>	Crear conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y la responsabilidad que tenemos para dejar un ambiente sano para nuestras generaciones.	Desarrollar actividades que velan por el cuidado del medio ambiente.	Mensual	Mano de obra en Mantenimiento de zonas verdes, cuidado y protección de árboles.	N° de árboles protegidos/N° de árboles identificados	Semestral mediante planillas de capacitación. Estudios realizados.
	<i>Entidades Locales</i>	Aporte significativo a programas de reciclaje.	Emprender una campaña para reciclar dentro de la empresa. Instalar canecas de colores para identificar los sitios de reciclaje. Contactar a una empresa que se encargue del tratamiento de estos materiales.	4 meses	Papelería Recursos Financieros (presupuesto) Canecas Personal encargado de la organización del material reciclable Propaganda Interna	Canecas Instaladas/ Canecas planeadas instalar*100	Contrato para el tratamiento del material reciclable. Fotografías Actas de instalación de las canecas

Elaborado Por:

Fuente: Los Autores

5.2. Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders)

El **plan de comunicación** de una empresa es fundamental para planificar todas las acciones comunicativas de una empresa. Con esta planificación las empresas crean el que va a ser su discurso comunicativo general a través de toda su actividad. Lo podemos encontrar dentro del Plan de Negocio que se desarrolla para emprender y montar una nueva empresa.

En un plan de comunicación se desarrollan cuál va a ser **el camino a seguir para conseguir los objetivos de comunicación establecidos**. Los planes de comunicación se desarrollan las acciones a seguir tanto de forma interna, como de forma externo. Es por esto que, el plan de comunicación abarca todos los departamentos de la empresa para conseguir las metas propuestas.

Los planes de comunicación deben ser coherentes y, además, **deben ser interiorizados por todas las personas que forman parte de la organización**. Esto se debe a que todas las acciones de una empresa comunican, ya sean los anuncios, las actitudes de los jefes o los trabajadores. Por ello, cualquier persona integrante de la empresa debe cumplir con los patrones establecidos en el plan de comunicación.

Tabla 3 Plan De Comunicaciones Dejamu Subachoque S.A

Plan de comunicaciones			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económica	<i>Empleados</i>	Diario	Reuniones personales, teléfono
	<i>Inversionistas</i>	Semanal	Correos electrónicos, pagina web, encuestas, informes

	<i>Proveedores</i>	Semanal	Correos electrónicos, Llamadas, entrevistas
	<i>Clientes</i>	Mensual	Correos electrónicos, pagina web, encuestas
	<i>Marketing</i>	Diario	página web, encuestas, informes
Social	<i>Clientes</i>	Mensual	Encuestas, pagina web, Correo electrónico electrónicos, Llamadas
	<i>Entidades Locales</i>	Mensual	página web, encuestas, informes
	<i>Competencia</i>	Semanal	Encuestas, pagina web
Ambiental	<i>Entidades Locales</i>	Mensual	Correo electrónico, llamadas, pagina web

Fuente: Los Autores

5.3. Modelo de informe de gestión recomendado

Los estándares de sistemas de gestión certificables son el modelo que más se ajusta al plan de responsabilidad social de la empresa Dejamu Subachoque, tomando en cuenta que estos modelos permiten mostrar la gestión que se desarrolla frente a temas éticos, de conducta, y laborales.

Especialmente el *modelo ISO 26000* el cual habla completamente sobre la Responsabilidad Social y provee de herramientas a las empresas en tres dimensiones de desarrollo sostenible: económica, ambiental y social. Crea una guía para empresas del sector público y privado donde se apliquen las mejores prácticas en responsabilidad social.

En el momento aproximadamente se encuentran 83 países participantes de este modelo, entre los cuales se encuentra Colombia con las normas INCOTEC.

"Los sistemas de gestión certificables basados en ISO son la herramienta más difundida para proporcionar una metodología de trabajo mediante la cual las organizaciones puedan alcanzar sus objetivos y la mejora continua de sus procesos.

Todas las normas certificables poseen una estructura común que responde a una secuencia lógica PDCA (plan-do-check-act), con un abordaje renovado y enfocado hacia los procesos, que favorece la toma de decisiones y brinda el punto de partida desde donde pueden identificarse, prevenirse y controlarse los asuntos estratégicos con el fin de mejorar los resultados de la organización, demostrar su capacidad de liderazgo e innovación y diferenciarla dentro del mercado."Cetepa.com

Bibliografía

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

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

Carballo, R. (2005). Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación, capítulo 1. Ediciones Díaz de Santo. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4183836&tm=1510602265255>

Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, Manual para elaborar código de ética empresarial. (s.f.). Recuperado de http://www.telefonica.com.ec/proveedores/pdf/Manual_para_Elaborar_Codigos_de_Etica_Empresarial.pdf

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>.

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. [N.p.]: ECU. (pp. 17-36, 91-116 y 253. Recuperado:

<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:

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

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial.

Editorial ECU. (pp. 125-192, 237-246, 259-266). Recuperado de

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

Núñez, G. ONU, CEPAL. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. (2004). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. (pp. 19-21). Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5779-la-responsabilidad-social-corporativa-un-marco-desarrollo-sostenible>

Página web Dejamu Subachoque. NOSOTROS. Consultada en septiembre en el link: <https://dejamu.co/nosotros/>.

Wiki EOI. Página Web. Consulta guías e iniciativas mundiales que facilitan la construcción de un código de conducta. Tomado de: http://www.eoi.es/wiki/index.php/Directrices,_normas_y_gu%C3%ADas_internacionales_en_Responsabilidad_Social_y_Sostenibilidad_Empresarial

<http://campus13.unad.edu.co/ecacen21/mod/forum/discuss.php?d=7656>

Conclusiones

- A medida que se fueron realizando cada una de las actividades, fue posible evidenciar la importancia y gran influencia en el desarrollo, reconocimiento y permanecía de una empresa en el mercado por medio de la creación y correcta aplicación de un plan de responsabilidad social empresarial, aún más, dirigido a la empresa seleccionada y trabajada a lo largo de este tiempo, Dejamu Subachoque S.A.

- Sin lugar a dudas la creación del mapa de los stakeholders, permite una visión más amplia del que hacer, como hacer, respecto a quienes participan de una u otra manera en cada uno de los procesos de la empresa. Realizar este paso de manera correcta optimiza recursos, tiempo y otros factores, que influyen en el buen actuar y el desempeño eficaz de la compañía.

- Por medio de la elaboración del código de conducta de Dejamu Subachoque S.A, comprendimos lo necesario que llega a ser éste en una compañía, a pesar de ser un documento que se redacta de manera voluntaria por las empresas, llega a ser claramente trascendental en el buen actuar de la misma. La exposición de una serie de principios, sumado con el compromiso real a seguirlos y aplicarlos.

- Es importante tener muy presente que no se puede perder el sentido principal de la creación de un plan de responsabilidad Social empresarial, es decir, el plan de RSE, siempre estará dirigido a la mejora, el bien estar de la comunidad y el medio ambiente en los diferentes aspectos. Se debe Permanecer latente el sentido de contribución y sostenibilidad, eso, crea la gran brecha diferenciadora positivamente en el mercado de las demás empresas.

Anexos

Poster:

Ilustración 1 Poster De Responsabilidad Social Empresarial Dejamu Subachoque S.A

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEJAMU SUBACHOQUE S.A.



© Can Stock Photo - esp00876671

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Dejamu Subachoque S.A. es una empresa dedicada a la fabricación de productos lácteos, que tiene bajo su responsabilidad el buen funcionamiento de su empresa con el compromiso consiente y adecuado de cumplir a calidad con los factores para cumplir con los objetivos económicos, sociales y ambientales de todos los que en ella participan; manifestando respeto por las personas, los valores y el medio ambiente. Así significar y construir una empresa para el

JUSTIFICACION

Un Plan de Responsabilidad Social Empresarial bien fundamentado y focalizado al bien común, le da a la empresa una excelente imagen, más acogida y un lugar muy agradable para laborar en él. Es una forma muy amable, eficiente y sustentable ya que aumentaría sus ventas y utilidades.






PALABRAS CLAVE

Responsabilidad Social
Gestión
Stakeholders
Cultura
Valores

METODOLOGIA

Realizar con fundamentos importantes el cumplimiento de los objetivos de la empresa, con un propósito específico que es el bien común. Respeto por cada uno de los participantes externo e internos, Prima e medio ambiente y bienestar social.

OBJETIVOS

- Promover la cultura del cuidado del medio ambiente.
- Identificar cada uno de los actores que intervienen en el funcionamiento de la empresa y darle su mejor presentación y participación la empresa.
- Elaborar un Código de Conducta donde se trabaje en el respeto por el trabajo, por el ambiente y por el bien común.
- Tomar conciencia de la importancia de la Responsabilidad Social en el funcionamiento de la empresa.

Astrid Lorena Garzón González
Derly Adriana Ramos Riveros
Jairo Hernando Rodríguez
Gladys Yorleny Ramírez
Laura Lorena Castro Cárdenas

Fuente: Derly Adriana Riveros

Link del Video:

<https://www.youtube.com/watch?v=wIr8pozwuCk>