

Plan de Responsabilidad Social Corporación Panelera Doña Panela Ltda.

Karen Alejandra Guerrero Hurtado

Elena Marcela Chávez Landazury

José Rubén Pabón Ortiz

Cristian David Estupiñan Guerrero

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**

Mayo 2019

Plan de Responsabilidad Social Corporación Panelera Doña Panela Ltda.

Grupo: 101008_21

Karen Alejandra Guerrero Hurtado

Elena Marcela Chávez Landazury

José Rubén Pabón Ortiz

Cristian David Estupiñan Guerrero

Presentado a:

María Erika Narváez, Directora

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**

Mayo 2019

Tabla de contenido

RESUMEN	6
ABSTRACT.....	7
1. Introducción.....	8
2. Objetivos.....	9
2.1. Objetivo General	9
2.2. Objetivos Específicos.....	9
3. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Corporación Panelera Doña Panelera Ltda.	10
3.1. Direccionamiento estratégico.....	10
3.3. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial.....	14
4. Código de Conducta	15
4.1. Modelo gerencial Kaizen	15
4.2. Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.....	16
4.3. Código de conducta de la Corporación Panelera Doña Panelera Ltda.....	17
Glosario.....	31
5. Stakeholders.....	32
5.1. Breve descripción de los Stakeholders	32
5.3. Modelo de informe de gestión Norma ISO 26000 y norma SA8000.....	45
6. Conclusiones.....	47
7. Bibliografía.....	48
Anexos	58

Lista de Tablas

Tabla 1. Formato de Evaluación del desempeño	12
Tabla 2. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta.	30
Tabla 3. Plan de Responsabilidad Empresarial.	39
Tabla 4. Plan de comunicaciones a los interesados tanto internos como externos.	44

Lista de Figuras

Figura 1. Stakeholders Corporación Panelera Doña Panela Ltda.	33
Figura 2. Matriz de influencia/impacto.....	36

RESUMEN

El plan de responsabilidad social empresarial (RSE) es un modelo de gestión eficaz y vital que se encuentra totalmente consolidado hoy día en muchas organizaciones, este plan les permite a las empresas actuar de forma positiva para con su entorno; tanto con sus trabajadores y clientes como con el medio ambiente. Con el presente trabajo se pretende socializar el PRSE de la Corporación panelera doña panela LTDA, una empresa que produce productos derivados de la panela, los cuales son alimentos nutritivos y saludable con propiedades endulzantes para las personas, esta compañía es generadora de empleo rural en Colombia, la cual se encuentra ayudando en la actualidad a muchas familias de la comunidad; por lo tanto el plan de responsabilidad social empresarial de la compañía panelera, tiene como filosofía corporativa, los valores éticos, la responsabilidad social y sustentabilidad. En su forma de gestión promueve el respeto por el medio ambiente, un modelo socioeconómico y el desarrollo social. Es importante que los grupos de interés estén comprometidos con los objetivos estratégicos propuestos dentro del plan, dándole un efectivo cumplimiento, para que haya dentro de la organización beneficios para los clientes como programas especializados de atención, en los empleados incentivos, programas de bienestar, en el medio ambiente, uso racional de recursos naturales, soluciones basadas en el medio ambiente; y a nivel social campañas de recolección de fondos que beneficien a las comunidades.

Palabras Claves: Responsabilidad social, economía, ambiente, sustentabilidad, comunidad

ABSTRACT

The corporate social responsibility (CSR) plan is an effective and vital management model that is fully consolidated today in many organizations, this plan allows companies to act positively with their environment; both with its workers and customers and with the environment. With the present work is intended to socialize the PRSE of the panela Doña Panela LTDA Corporation, a company that produces products derived from panela, which are nutritious and healthy foods with sweetening properties for people, this company is a generator of rural employment in Colombia , which is currently helping many families in the community; therefore, the corporate social responsibility plan of the panelera company has corporate philosophy, ethical values, social responsibility and sustainability. In its management form, it promotes respect for the environment, a socio-economic model and social development. It is important that stakeholders are committed to the strategic objectives proposed within the plan, giving it an effective fulfillment, so that there are benefits within the organization for clients such as specialized care programs, employee incentives, welfare programs, the environment, rational use of natural resources, solutions based on the environment; and at a social level, campaigns to collect funds that benefit the communities.

Key words: Social responsibility, economy, environment, sustainability, community

1. Introducción

Este trabajo es una recopilación del proyecto de investigación realizado durante el periodo académico del Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial; en este se elaboró un plan de responsabilidad social empresarial, con base en la identificación de cada uno de los impactos económicos, sociales y ambientales la Corporación genera, que incluye una serie alternativas de solución o mitigación de estos, que al ser implementados generan impacto positivo a la organización.

Para esto es importante analizar en el mismo como se aplican los mecanismos y acciones sobre responsabilidad social empresarial generando posibles alternativas que permitan solución en la toma de decisiones con alcance social, económico y ambiental necesarios para transformación y construcción en el tiempo de la sostenibilidad del planeta.

El plan de responsabilidad social se identifica por el compromiso voluntario de una empresa de incluir en sus prácticas económicas, sociales y ambientales criterios y acciones que están por encima de los requisitos legislativos y relacionados con un amplio rango de Stakeholders.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Formular el plan de responsabilidad social empresarial de la Corporación Panelera Doña Panela Ltda.

2.2. Objetivos Específicos

- Identificar la empresa del entorno, valorar el desempeño económico, social y ambiental de la empresa.
- Redactar el código de conducta de la empresa Corporación Panelera Doña Panela Ltda.
- Realizar un vídeo de contextualización sobre RSE vs Marketing.
- Diseñar un mapa genérico de los Grupos de Interés para la empresa Corporación Panelera Doña Panela Ltda.
- Redactar la propuesta del plan de responsabilidad social para la Corporación Panelera Doña Panela Ltda.

3. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Corporación Panelera Doña Panela LTDA.

Corporación Panelera Doña Panelera Doña Panela Ltda. Es una industria 100% colombiana, ubicada en el Municipio de Chitaraque, kilómetro 240 de la vía Bogotá – Bucaramanga, en la hoya del río Suárez.

Corporación Panelera Doña Panelera Doña Panela Ltda., diseña, desarrolla, produce y comercializa productos derivados de la caña de azúcar (tipo panelera). Ofrece productos de calidad y genera empleos formales en la región contando siempre con un personal capacitado e idóneo en busca del mejoramiento continuo y la satisfacción del cliente.

3.1. Direccionamiento estratégico

Misión

¹Nuestra razón de ser es innovar, desarrollar, producir y comercializar productos naturales y orgánicos a base de caña de azúcar (tipo panela), elaborados bajo altos estándares de calidad certificada, garantizando la satisfacción del cliente global, buscando la mejora continua al interior de la organización, generando oportunidades de trabajo rural y urbano, y velando por el uso racional de los recursos naturales, son la razón de ser de nuestra compañía.

Visión

²Doña panela Ltda., busca ser la empresa líder en productos innovadores y naturales a base de Panela, con mayor participación de sus productos en todo el mundo. Logrando duplicar sus

¹ Donapanela. (s.f.). obtenido de Donapanela:<https://donapanela.com/misión-y-visión/n>

²Donapanela.(s.f.).obtenido de Donapanela:<https://donapanela.com/misión-y-visión/n>

ventas del año 2015 en el año 2020. Proporcionando a sus clientes la mejor calidad de producto y servicio.

Valores

- Confiabilidad.
- Conocimiento.
- Excelencia.
- Formación.
- Honestidad.
- Integridad.
- Lealtad.
- Perseverancia.
- Trabajo En Equipo.
- Transparencia.

3.2. Formato de evaluación del desempeño de la Corporación Panelera Doña Panela Ltda.

Presenta el formato de evaluación del desempeño económico, social y ambiental para la Corporación Panelera Doña Panela Ltda. (Interno y/o externos).

Tabla 1. Formato de Evaluación del desempeño

FORMATO DE EVALUACIÓN IMPACTO CORPORACIÓN PANELERA DOÑA PANELA LTDA.			
Dimensión	Contexto	Descripción	Prioridad de atención (alta, media, baja)
Económica	Interna	Se percibe un buen clima laboral en las diferentes áreas de trabajo de la empresa Doña panela, permitiendo que sus empleados se sienten satisfechos en cada una de sus labores y esto conlleva a la optimización de cada uno de los procesos que allí se realizan. La empresa Doña panela está conformado por un gran equipo de trabajo, donde la sana convivencia y las buenas relaciones personales hacen un clima laboral agradable y armónico.	Alta
	Externa	Genera 100 empleos indirectos (dueños de supermercados, micro mercados y tiendas) que se benefician por la venta de los productos de Doña panela y por ende aumenta la rentabilidad de la empresa.	
Social	Interna	Doña Panela asume los nuevos retos de manera proactiva, velando por sus intereses, pero siendo consciente de que está frente a una problemática que, aunque diagnosticada hace varios años, tiene hoy un muy relevante impacto social, por lo cual ocupa uno de los primeros lugares. La empresa brinda oportunidades a sus empleados y se respeta sus derechos, ofreciéndoles: -Seguridad y Salud laboral -Igualdad de Genero -Desarrollo Profesional	Alta
	Externa	Genera impactos positivos mejorando la calidad de vida de los habitantes de la región a través de un desarrollo sostenible social: 1. Generación de empleos, ayudando a las familias de la comunidad. 2. El producto va a aportar proteína y elementos nutricionales básicos para la vida y el desarrollo del intelecto, puesto	

		<p>que la panela se considera un alimento que, a diferencia del azúcar, que es básicamente sacarosa, presenta, además, significativos contenidos de glucosa, fructosa, proteínas, minerales (como calcio, hierro, cobre y fósforo) y vitaminas como el ácido ascórbico y complejo B.</p>	
		<p>Consideramos que la empresa Corporación Panelera Doña Panela Ltda. No genera impactos negativos de manera externa porque no se afectará a los habitantes en sus costumbres, tradiciones, creencias ni en su cultura, por el contrario, la empresa traerá una mejora en la calidad de vida de las personas, ofreciendo la posibilidad de que adquieran producto de proteína confiable y a bajo costo.</p>	
Ambiental	Interna	<p>La empresa dentro de sus políticas ambientales aplica las ISO 14001 que le permite su correcto desempeño y cumplimiento.</p> <p>La falta de sentido de pertenencia de los habitantes del sector en el cuidado y la preservación del medio ambiente hacen que los diferentes ecosistemas se vean perjudicados por arrojar basuras.</p>	Alta
	Externa	<p>La Corporación Panelera Doña Panela Ltda. genera diversos impactos en el ambientales negativos, como en el agua, el aire etc. que afectan al ecosistema, sin embargo, la empresa, propone acciones de mitigación y remediación de cada medio ambiental que es afectado, esto con el fin de brindar alternativas de solución basadas en la naturaleza realizando inversiones de tecnologías limpias, aliadas del planeta que ayuden con el control de la contaminación y en los procesos productivos, así mismo la empresa cada día trabaja para el manejo eficaz de los residuos sólidos.</p> <p>La Corporación aplica los diferentes sistemas de gestión ambiental y por ende garantiza la conservación del medio ambiente.</p>	

Fuente: Elaboración grupo

3.3. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

La responsabilidad social empresarial hoy día es un elemento muy eficaz, el cual sirve para mejorar el modelo productivo en una organización, Mediante la implementación del PRSE la empresa Doña Panela pretende generar desarrollo sostenible, ya que cada uno de sus procesos se cumplirá al pie de la letra como se encuentra estipulado en dicho plan, permitiendo ser reconocida a nivel local, nacional e internacional por sus altos estándares de calidad debido a sus excelentes procesos que en ella se realizan.

Así mismo con la implementación de un PRSE para la empresa panelera, traerá muchos beneficios que permitirán su crecimiento y expansión, ya que las prácticas de responsabilidad social agregan valor dentro de una compañía u organización, entre algunos beneficios la empresa panelera, tendrá más ventaja competitiva en el mercado, poseerá mejor permanecía de los colaboradores y/o empleados, se tendrán clientes más leales con la compañía, lo que permite la sostenibilidad de la empresa a largo plazo y una buena reputación de su imagen y marca.

4. Código de Conducta

4.1. Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción

Este modelo seleccionado se utilizará para direccionar el sistema estratégico de la Corporación Panelera Doña Panela Ltda.

Modelo Kaizen

Se fundamenta en eliminar las actividades innecesarias y las operaciones que no le agregan valor a los procesos, por esta razón este modelo es ideal para la Corporación Panelera Doña Panela Ltda. Con el fin de buscar el mejoramiento continuo de los procesos y procedimientos, presentando productos y servicios de alta calidad, por consiguiente, habrá mayores capacidades y habilidades para dirigir cada parte de la misma, contribuyendo a la disminución de desperdicios, potencializando el verdadero valor del medio.

Con este modelo gerencial se pueden terminar proyectos que la empresa quiera desarrollar, además permite lograr metas importantes y cambios muy significativos, obteniendo de forma diaria el mejoramiento continuo tanto de nuestros colaboradores como de la Corporación.

Teniendo en cuenta que este modelo nos ayudara a proyectar las mejoras a determinados procesos, teniendo en cuenta las acciones que se deben establecer en tiempo y forma, comparar los resultados obtenidos con los modelos esperados y evaluar los aspectos para que sepamos que se debe conservar y que se debe cambiar.

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

Nuestro compromiso.

Ofrecemos una extensa gama de productos derivados de panela como son: panela pulverizada orgánica con sabor a frutas, limón, maracuyá, naranja y natural, panela en cubos por 48, por 24 y por 12 con sabor a limoncillo, natural, maracuyá, frutas frescas, limón, mandarina, cidrón, manzanilla, naranja, canela, hierbabuena, café & panela. Con estándares de calidad, responsabilidad y compromiso con nuestros clientes nacionales e internacionales

Integridad.

La integridad de nuestra Corporación Panelera nos diferencia de la sociedad, ya que nos fundamentamos en tener principios y valores éticos e idóneos con el fin de actuar de acuerdo a nuestras ideologías de nuestros trabajadores y sociedad en general.

4.3. Código de conducta de la Corporación Panelera Doña Panela Ltda.

En este documento la Corporación Panelera Doña Panela Ltda. Expone una serie de principios y valores que se comprometen unilateralmente a seguir.

Informe previo a la elaboración del código de ética y/o conducta

Decisión de la alta dirección

La Corporación Panelera Doña Panela Ltda. posee un equipo de trabajo calificado, sin embargo, es importante que el gerente convoque a reunión a las diferentes áreas para estudiar y considerar la creación y funcionalidad al Código de Ética, dando cumplimiento a las normas en la organización y en las diferentes áreas de la misma, pues para el desarrollo y aplicación del código se crean nuevos conocimientos y habilidades técnicas para el mejoramiento continuo en la dirección administrativa, calidad, servicio y productividad en los procesos y procedimientos que se realicen.

A quien aplica

El Código de Ética aplicará para toda la Corporación, sin embargo, se debe dar cumplimiento en las áreas de Recursos Humanos y Salud en el Trabajo e Higiene, además de integrar a los proveedores y clientes más leales a la Corporación, con el fin de trabajar en equipo y certificarse por su calidad y cumplimiento en la normatividad aplicada, para llegar a una mejora continua se deben realizar constantes cambios.

Conformación del equipo

La planificación del Código de Ética será realizada por los jefes de área de Recursos Humanos, jefe del área de Seguridad y Salud en el Trabajo jefe de la división financiera y jefe del área

administrativa, quien se encargará de la revisión y aval del Código de Conducta de la Corporación, ellos revisaran los estudios para tomar decisiones en la organización, resaltando la importancia de tener acceso a los auditores externos para tener mayor apoyo y conocimientos cuando sea necesario.

Instancias de sensibilización y participación

El comité de Ética una vez haya realizado los estudios, comunicará a todos los integrantes de la Corporación las decisiones, mediante capacitaciones y se convocaran a reuniones de debate con el fin de incorporar las ideas que sean necesarias para dar continuidad a la mejora de la misma, además de implementar talleres que permitan ver la confidencialidad de cada una de las áreas, los conflictos de interés, entre otros factores que vean necesarios.

Además de dar revisión a la misión de la empresa, como resultado la inclusión de la normatividad necesaria, la declaración de la visión para mejorar continuamente en la empresa y la validación de los valores para la toma de decisiones así:

Misión

³Nuestra razón de ser es innovar, desarrollar, producir y comercializar productos naturales y orgánicos a base de caña de azúcar (tipo panela), elaborados bajo altos estándares de calidad certificada, garantizando la satisfacción del cliente global, buscando la mejora continua al interior de la organización, generando oportunidades de trabajo rural y urbano, y velando por el uso racional de los recursos naturales, son la razón de ser de nuestra compañía.

³ Donapanela.(s.f.).obtenido de Donapanela:<https://donapanela.com/mision-y-vision/n>

Visión

⁴Doña panela Ltda., busca ser la empresa líder en productos innovadores y naturales a base de Panela, con mayor participación de sus productos en todo el mundo. Logrando duplicar sus ventas en el año 2020. Proporcionando a sus clientes la mejor calidad de producto y servicio.

Valores Corporativos.

- Confiabilidad.
- Conocimiento.
- Excelencia.
- Formación.
- Honestidad.
- Integridad.
- Lealtad.
- Perseverancia.
- Trabajo En Equipo.
- Transparencia.

Recopilación de insumos y redacción provisoria

Los insumos serán manejados por el jefe de la división financiera, asimismo, mediante las decisiones tomadas en el Comité de Ética se llevará a cabo la redacción del Código de Conducta con el fin de estructurarlo y dar la revisión correspondiente en la Corporación.

⁴ Donapanela.(s.f.).obtenido de Donapanela:<https://donapanela.com/mision-y-vision/n>

Consultas multisectoriales

La estructura del Código de Conducta se dará a conocer a toda la organización mediante reuniones organizadas por los integrantes del Comité de Ética, en estas se revisará e incluirá los aportes que sean necesarios, para así de esta manera dar cumplimiento a los procedimientos y políticas de que se establezcan para tal fin.

Consulta a peritos

La Corporación después de dar a conocer el borrador del documento a los integrantes de la misma y haber realizado las modificaciones correspondientes, se compartirá con el director de la Corporación, quien estudiará a fondo el contenido del documento y posteriormente darlo a conocer a los asesores para dar la revisión final y que cumpla con todos los requerimientos y aplique a la normatividad vigente.

Contenido código de conducta de la Corporación Panelera Doña Panela Ltda.

Confidencialidad empresarial

Se pretende que toda la información que se dé a conocer a los empleados de la empresa es de total confidencialidad y que por ningún motivo, razón o circunstancia se puede divulgar sin la autorización de los superiores, es de total importancia cumplir con los deberes que la empresa exige para con sus trabajadores.

Toda información referente a la empresa que se dicte o se comparta para con sus trabajadores se considera reservada y confidencial y solo se podrá divulgar con autorización expresa de Doña Panela Ltda. Es netamente responsabilidad del personal contratado adoptar las medidas de seguridad suficientes para proteger la información de Doña Panela Ltda. y procurar sean cumplidas por sus funcionarios.

Se está comprometido a contribuir con la empresa, facilitando la asistencia requerida para asegurar que dicha propiedad intelectual y los derechos relacionados con la misma, se evidencien de manera exclusiva, en particular generando a la empresa para que alcance este objetivo, los trabajos y documentación que le pueda solicitar. El personal de las instalaciones de la empresa o personas particulares que no son parte de la mano laboral, también son parte del código y deben aplicarlo con el fin de proteger y salvaguardar los bienes de la empresa de su pérdida, hurto, mal uso y despilfarro.

Conflicto de interés

En ningún momento los empleados de Doña Panela deben usar el nombre de la empresa para beneficio personal, no se beneficiará ningún colaborador de la empresa Doña Panela con información confidencial o con las oportunidades de negocio que tenga acceso como resultado del empleo en el que se desempeñe.

Conducta Interna

Se busca que dentro de la empresa los empleados cumplan con una conducta excelente que les permita realizar y crear ambientes favorables donde se construyan trabajos en equipo en la conformación de un excelente talento humano comprometido con el desarrollo de la empresa y la región donde se desenvuelve.

Compromisos con los Clientes

La empresa Doña Panela se compromete con cada uno de sus clientes a suministrar su producto en excelentes condiciones, cumpliendo con cada una de las normas que exige el INVIMA en cuanto a la fabricación y procesamiento de alimentos para el consumo humano, con el objetivo de que se sientan respaldados a todo momento por la Corporación.

Uso y cuidado de activos de la Compañía

Es responsabilidad de todos sus miembros el buen uso y cuidado de cada uno de los diferentes activos que posee la compañía para el óptimo funcionamiento y su posicionamiento frente a los retos que los consumidores exigen a la hora de obtener nuestros productos y preferirnos en el mercado.

Los activos de la empresa sólo se pueden utilizar con un único fin y se cumple con las responsabilidades corporativas, para ser personal y profesional. Los activos y bienes de propiedad de la empresa no se deben utilizar para actividades ilegales.

Favores comerciales

Los trabajadores deben abstenerse de dar información clave que condicionen la relación comercial de la empresa con terceros. Los comportamientos prohibidos incluyen decisiones, complicidad y/o pacto con terceros con el fin de fijar costos, tiempos; delimitar la competitividad, el trato con los distribuidores y los usuarios; fraccionar o comercializar consumidores, productos o territorios entre Doña Panela y su competencia.

Contravenciones

Aplica para todos los empleados de Doña Panela una vez conocido el código de conducta se vean implicados en actos de corrupción que atenten contra de la empresa deberán ser sometidos a las respectivas sanciones a las cuales se hacen acreedores por el incumplimiento de sus deberes.

Negociaciones

Doña Panela se compromete a realizar sus actividades comerciales con integridad y prohíbe la corrupción, el fraude y los sobornos en todas sus formas. No se deben de manera directa o indirecta, aceptar, solicitar, ofrecer, prometer, otorgar o autorizar un soborno, comisión indebida, pago, que pueda interpretarse como tal (regalos, empleo, contratos o beneficios de cualquier tipo) a uno de parte de un tercero que pueda o de la apariencia de ejercer influencia, ya sea real o aparente, sobre los actos o decisiones, o de evitar que actúe, con la intención de obtener contratos o una ventaja indebida.

Compromiso con la Seguridad, Higiene y Bienestar de los Trabajadores

Es de vital importancia los compromisos de la empresa Doña Panela en cuanto al bienestar de cada uno de sus trabajadores permitiéndoles el desarrollo integral de su personalidad y brindando espacios donde se generen acciones que les permitan sentirse bien y por ende su bienestar.

Uso de la información de la empresa

Toda información que se obtenga de la empresa debe ser de uso exclusivo netamente laboral y que no ponga en riesgo el buen desempeño de la misma. Toda la información y todos los registros de la Compañía son bienes corporativos y deben ser manejados con respeto de las políticas y reglamentación vigente y aplicable, incluyendo los preceptos de este Código.

La información que se obtenga de la empresa Doña Panela Ltda. Será usada para fines netamente laborales con ética y responsabilidad. Toda la información y todos los registros de la Compañía son bienes corporativos y deben ser manejados con respeto de las políticas y reglamentación vigente y aplicable, incluyendo los preceptos de este Código. Añadido a lo anterior se debe cumplir con los requerimientos legales, reglamentarios, procedimientos, políticas y directrices relacionados con la retención y disposición de documentos y registros. También incluye todos los memorandos, notas, listas, registros y otros documentos (Copias de

los mismos) que se realicen o compilen en relación con los servicios de la compañía, se excluye la documentación de carácter personal. Todos estos activos-documentos deben ser entregados a la empresa inmediatamente después de la terminación del contrato. La información confidencial se asegurará en la compañía, lo que es igual, la información que no es de carácter público y tiene autorización de ser divulgada, esta información es utilizada sólo para los fines que fue solicitada. En la calidad de colaboradores no se discute, ni se comenta con terceros o en lugares públicos, la información reservada de los clientes. En las actividades laborales diarias, se respetará el código actual y se entregará información inequívoca, oportuna, precisa y honesta, cuando es solicitada formalmente por las autoridades reguladoras y organismos del Estado, a través de los canales definidos por la empresa.

Comunicaciones estratégicas

Es una herramienta muy poderosa que influye en la elaboración de los procesos, es una pieza clave para lograr resultados positivos a la hora de entregar los productos a los clientes, se hace imprescindible que el personal tenga una buena comunicación interna y externa para identificar los requerimientos y logros de la empresa.

Cultura, social y religión

Teniendo como base, que nuestro país es diverso en culturas, religiones y credos, se aceptará la libertad de culto, la participación activa en política y el sostenimiento de la cultura colectiva siempre y cuando todas estas actividades se realicen en espacios que no afecten el desempeño laboral de los empleados. Se liderará el desempeño de las funciones en un ambiente libre de hostigamiento de cualquier naturaleza, originados en algún tipo de discriminación o abuso de poder, respetando al talento y capital humano.

Conscientes de la integridad y el valor de cada uno de los integrantes de Doña Panela, se asumirá el compromiso de garantizar condiciones que promuevan la dignidad y el respeto.

Compromiso con el medio ambiente

Entendemos que nuestras operaciones inevitablemente un impacto en el medio ambiente por ellos estamos comprometidos a buscar permanentemente los medios para disminuirlo mediante la mejora continua en el control de emisiones, manejo de los residuos, tratamiento de aguas y todo acción que perjudique considerablemente el ambiente y así lograr su conservación.

Compromisos con la no discriminación

La ética de la Corporación siempre busca el formar personas comprometidas, responsables, llenas de habilidades y capacidades para mejorar continuamente en la calidad y productividad de los servicios. Las relaciones con los empleados deben basarse en la confianza mutua, así como en el respeto y el reconocimiento explícito de la dignidad de todos los empleados, en tanto colaboradores y personas humanas.

No se discriminará a los empleados por razones de raza, sexo, edad, religión o ninguna otra condición ajena a su capacidad profesional. Así mismo, seremos respetuosos del derecho a la libre expresión, asociación, organización y negociación colectiva, dentro del marco legal vigente.

Cumplimiento y vigencia del código

Todos los colaboradores deberán leer cuidadosamente el Código de Ética de Doña Panela y luego firmar una Carta de Compromiso, aceptando los valores, principios y normas de actuación estipulados en el mismo. Ningún colaborador y asociado de la Corporación puede justificar una

conducta impropia amparándose en una orden superior o en el desconocimiento de este código; quienes por acción u omisión violen este código, estarán sujetos a las medidas disciplinarias que se consideren oportunas según el caso, las cuales pueden llegar a la terminación del contrato laboral.

El presente Código de Ética se estará actualizando semestralmente, teniendo como base los cambios de las normas, los cambios organizacionales y sugerencias que surjan de los colaboradores en pro de la compañía

Acerca de nuestro código

La Corporación Panelera Doña Panela Ltda., en sus actividades de elaboración de productos a base de panela (caña de azúcar), y con el objeto de generar confianza en cada una de las partes interesadas y de ser prestigiosa como una compañía sólida, confiable y eficaz nos proyectamos y buscamos que mediante los problemas encontremos dichas soluciones es por esto que pensamos, dar cumplimiento a las sugerencias de nuestros clientes para conseguir su satisfacción, garantizando la operación de mano de obra requerida.

Mantener altos estándares en el sistema de gestión integral y su desempeño, cumpliendo la legislación nacional vigente en materia de seguridad y salud en el trabajo, medio ambiente, y otras normas ajustables relacionadas con sus peligros, aspectos ambientales y gestión en general, además buscamos prevenir la contaminación al medio ambiente y gestionar impactos socio ambientales, asociados a aspectos como la generación de residuos, emisiones y consumo de recursos naturales.

Responsabilidad con respeto al código

Se posee poca tolerancia al incumplimiento de los procedimientos, para ello la Corporación designa capital humano, económico y técnico; facilita capacitación oportuna y los implementos de protección personal necesarios para la prevención y control de los riesgos asociados a sus actividades orientadas en los principios del desarrollo sostenible.

Mala conducta

Doña Pamela para prevenir el daño a la salud de sus trabajadores, de los proveedores, contratistas, y al medio ambiente, ha determinado el siguiente reglamento de prevención y control:

- Prohibido presentarse a las instalaciones de la Corporación bajo efectos de alcohol y/o sustancias psicoactivas.

- Prohibido el porte, comercialización, consumo de alcohol y/o sustancias psicoactivas dentro y fuera de las instalaciones de la Corporación mientras se encuentran en horas laborales. Todos los trabajadores, proveedores, contratistas y visitantes estarán sujetos a los controles de alcoholemia y/o drogas que la Corporación considere necesarios con previo consentimiento de las personas y con las técnicas que se consideren apropiadas.

Prohibido al personal en general fumar en áreas industriales y en particular en aquellas áreas con potencial de incendio y/o explosión por presencia de gases o vapores explosivos u otros materiales combustibles. Además, está prohibido el consumo de cigarrillo en sitios de congregación de personal o recintos cerrados como sitios o bodegas donde se producen los productos y lugares similares.

Lugar de trabajo y entorno laboral

La ética y la conducta en el lugar donde se labora es una parte fundamental de este código y se deberá cumplir con respeto por parte de todos los colaboradores, ya que tanto la ética como la conducta son aspectos que ayudaran a la compañía a ser más efectiva y rentable. La ética y el

comportamiento son tan importantes para la mayoría de las empresas como el rendimiento con una moral alta y el trabajo en equipo, ya que son dos ingredientes para el éxito. Toda la empresa y sus visitantes están incluidos en este aspecto, cada sector de la compañía tiene que tener en cuenta las pautas que se deben cumplir y los aspectos se debe delinear en los manuales de los empleados.

Objetivo del código de Conducta

El objetivo es instituir pautas, principios éticos y valores que rijan la conducta y comportamiento diario, de esta manera se establece un conjunto de normas básicas a las que deben ceñirse todos los colaboradores y dirigentes de la Corporación Panelera Doña Panela Ltda., en el desarrollo de sus actividades.

Cumplimiento y seguimiento de las normas

Todos los empleados que no se ciñan a las condiciones del Código de Conducta de la Corporación deberán acatar las medidas disciplinarias que pueden llegar en dicho caso a la terminación del contrato laboral.

Marco normativo

Los trabajadores y las empresas deben dar un estricto cumplimiento y adoptar las normas establecidas por el gobierno nacional; para proteger los derechos de los clientes, proveedores, terceros a fines de la operación. De igual manera se procura generar una confianza dentro de la organización, como principio fundamental para lograr los objetivos propuestos con anterioridad, estandarizando unos parámetros conductuales certificados por normas comunes, tales como: La honestidad, el respeto, atención mutua y por sobre todo la cordialidad.

En la empresa se adoptarán roles de control que permitirá identificar los diferentes actores que serán los responsables de dar cumplimiento de las normas establecidas en este código de conducta, se debe entender que las normas en este código son de estricto cumplimiento por el bien de la empresa. El control de dichos actores será crucial para implementar mediante el código de ética las matrices o los puntos de partida para el ejercicio del buen progreso de las diferentes conductas dentro de la compañía.

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

Se muestran los recursos financieros y las decisiones de inversión para el código de conducta de la Corporación Panelera Doña Panela Ltda.

Tabla 2. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto de un código de conducta.

<u>Concepto</u>	<u>Valor</u>
Recopilación de la información	\$ 100.000
Socialización y comunicación del código	\$ 120.000
Profesional para socializar el código a los empleados	\$ 350.000
Fotocopias	\$ 30.000
Folleto para los trabajadores	\$ 190.000
Evento para la socialización (decoración)	\$ 110.000
Refrigerios	\$ 150.000
Dinámica para la comprensión del código de conducta	\$ 100.000
Total	\$1.150.000

Nota: Todos estos gastos serán utilizados de acuerdo a la necesidad de la empresa y de los colaboradores.

Fuente: Elaboración grupo

Glosario

C

Cientes: Cliente; desde el punto de vista de la economía, es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa. · 21
(Cárdenas, 2007)

Código: Código; Un código también es un compendio de principios morales y éticos el cual es seguido y respetado por un grupo de la sociedad. · 15
(Código, 2019)

Compromiso: Compromiso; deriva del término latino *compromissum* y se utiliza para describir a una obligación que se ha contraído o a una palabra ya dada. · 16
(Pérez Porto & Gardey, definicion.de, 2008)

Conducta: Conducta; está relacionada a la modalidad que tiene una persona para

comportarse en diversos ámbitos de su vida. · 15
(Pérez Porto & Merino, definicion.de, 2008)

E

empleados: Empleado; Persona que desempeña algún empleo, cargo o servicio a las órdenes del gobierno o de un particular, corporación o empresa. · 12
(Española, es.thefreedictionary.com, 2016)

P

Panela: Panela; Es una barra sólida (como un cubo) hecha a partir del jugo de caña de azúcar cocido a altas temperaturas, y que una vez ha formado una melaza bastante densa, se vierte en un molde para su solidificación. · 12

Plan: Plan; es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el

objetivo de dirigirla y encauzarla. · 14
(Pérez Porto & Merino, definicion.de, 2009)

Plazo: Plazo; Tiempo señalado para que en él se realice una cosa · 14
(Española, es.thefreedictionary.com, 2016)

R

Responsabilidad: Responsabilidad; es el cumplimiento de las obligaciones, o el cuidado al tomar decisiones o realizar algo. La responsabilidad es también el hecho de ser responsable de alguien o de algo. · 14
(Responsabilidad, 2019)

V

Valor: Valor; es un concepto amplio que puede referirse a una cualidad, una virtud o un talento personal · 14
(Valor, 2018)

5. Stakeholders

En este mapa se da a conocer y se describen los Stakeholders, cuál es su importancia, los grupos que participan y las estrategias de responsabilidad.

5.1. Breve descripción de los Stakeholders

Los Stakeholders son de vital importancia, ya que proveen información valiosa dentro de la empresa u organización, permiten desarrollar las políticas que otorgara el buen posicionamiento de la empresa, asimismo son el público de interés de la empresa, permitiendo conocer la interacción de la misma en el entorno que se desarrolla, además de aquellas personas u organizaciones afectadas por las actividades y las decisiones de una empresa. (Significados, 2013).

En este participan distintos grupos sociales y actores importantes, que tienen un claro interés en que las empresas funcionen de la mejor manera posible. Pueden estar implicados de forma directa o indirecta, según corresponda. (economía simple, 2016).

Las estrategias de responsabilidad social dirigida a todos los Stakeholders de los procesos productivos industriales, son importantes ya que este conjunto de acciones basadas en valores éticos, responsabilidad social, sustentabilidad, buscan desarrollo social, el respeto (de las personas como el medio ambiente) y la ética laboral, con el fin de que los Stakeholders (interesados) internos como externos sean afectados de manera positiva por la empresa, esto con el fin de que la empresa logre sus fines y sus metas propuestas

4.1. Mapa genérico de la Corporación Panelera Doña Panela Ltda. En la siguiente imagen se evidencia los diferentes los actores que interactúan de forma externa e interna dentro de la corporación.

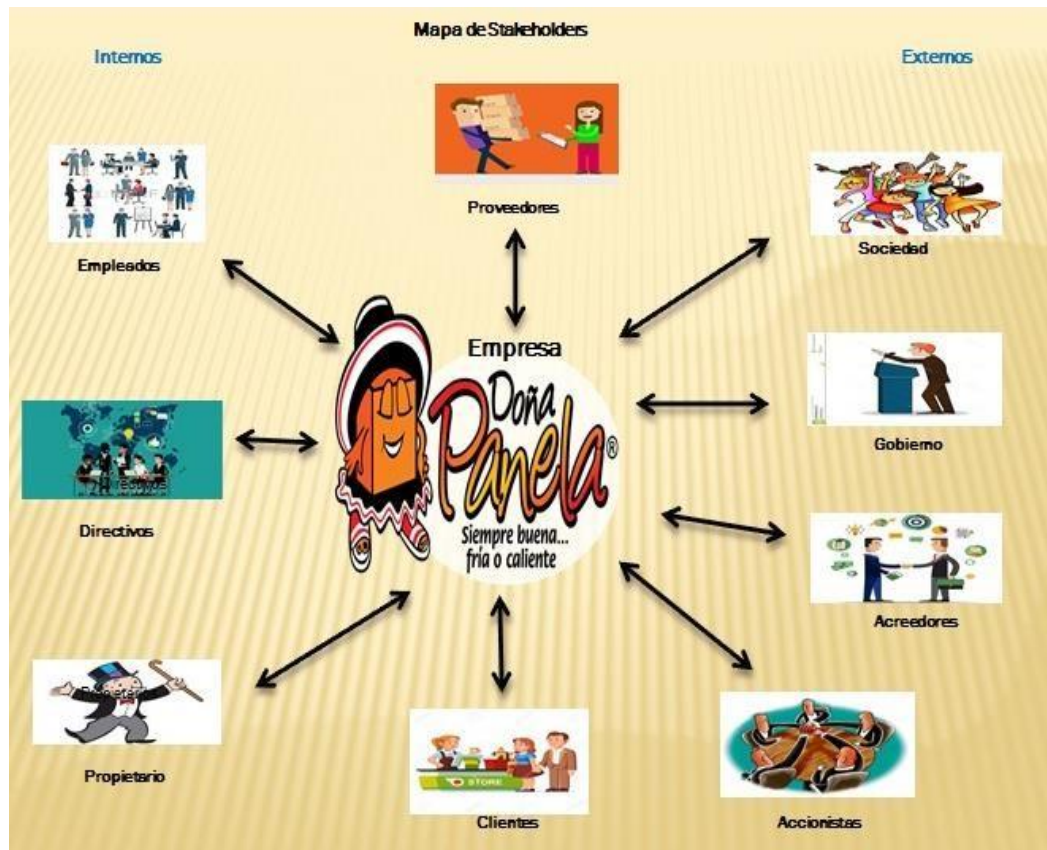


Figura 1. Stakeholders Corporación Panelera Doña Panela Ltda.

Fuente: Elaboración propia

Internos

Propietarios: Los inversionistas han realizado una financiación en la empresa y por eso son la fuente por la cual la empresa se encuentra mejorando continuamente los procedimientos que se realizan. De hecho, los capitalistas son los que aguardan a que la compañía sea autosuficiente dado que, de fallar en ello, la inversión hecha con anterioridad no retornaría y corren el riesgo de

perder todo su capital, así mismo los propietarios deben brindar a sus colaboradores estabilidad laboral y un buen clima organizacional buscando el bienestar de todos.

Directivos: Son los encargados de dirigir y trazar estrategias que permitan el buen funcionamiento de la empresa, con esas estrategias lo que se busca es cumplir con los objetivos que se planteen, la satisfacción de los funcionarios y clientes, el incremento de empleos, la búsqueda del bienestar del personal, entre otros, con el fin de construir un ambiente laboral adecuado.

Funcionarios: Son todas aquellas personas que prestan sus servicios a la empresa, desempeñando diversas funciones, amparadas por un contrato y unas condiciones laborales acordes a la ley. Los funcionarios ocupan un lugar importante dentro de la empresa, ya que son quienes brindan atención a los usuarios y se encargan de vender buena imagen de la empresa.

Externos

Sociedad: Siempre están a la espera de que las empresas cumplan con las obligaciones legales, ambientales y demás aspectos que afectan el entorno en el que se desenvuelve la organización, cabe resaltar que las empresas tienen responsabilidades sociales para conservar la estabilidad de la comunidad y de los que la integran.

Clientes: son vitales para la organización permitiendo el crecimiento, son quienes directa o indirectamente utilizan el producto o disfrutan del servicio, esto le da un muy amplio sentido al término pues la relación comercial entre la organización y el Cliente deriva en la satisfacción de una serie de personas que reciben el beneficio.

Competencia: Es un ente que permite a la organización generar el valor de los productos o servicios que se ofrecen, a fin de mejorar y gestionar nuevas alternativas evitando la migración de los clientes de la misma, para satisfacer las necesidades.

Gobierno: Se encarga de establecer los derechos y deberes de las empresas, establecer las leyes, las obligaciones tributarias y demás temas legales para garantizar el buen funcionamiento de la empresa.

Finanzas: Los grupos financieros exigen mejor información dentro de la organización, además del cumplimiento en las obligaciones que estos exigen, tanto de intereses como la devolución de préstamos que se realizan.

Proveedores: Son todos aquellos que venden algo a la empresa para que ésta pueda desarrollar sus actividades, tanto las primarias como las de apoyo, los proveedores son una parte importante para la organización ya que son los encargados de abastecer y suplir las necesidades que necesita cumplir la empresa.

Ambiente: La importancia del medio ambiente es hoy en día innegable y esto tiene que ver con el abuso y el desgaste que el ser humano genera de manera cada vez más notoria sobre los complejos fenómenos naturales, provocando alteraciones al medio ambiente que afectan no sólo a otros seres vivos sino también a sí mismo, el compromiso que tiene que adquirir la organización es muy grande puesto que sobre el existen entidades que vigilan el cumplimiento de la responsabilidad ambiental.

4.2. Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) Corporación Panelera Doña Panela Ltda. y los Stakeholders (actores) identificados.

Se evidencia la matriz de influencia e impacto planteada para la Corporación Panelera Doña Panela Ltda.

Matriz de influencia/impacto

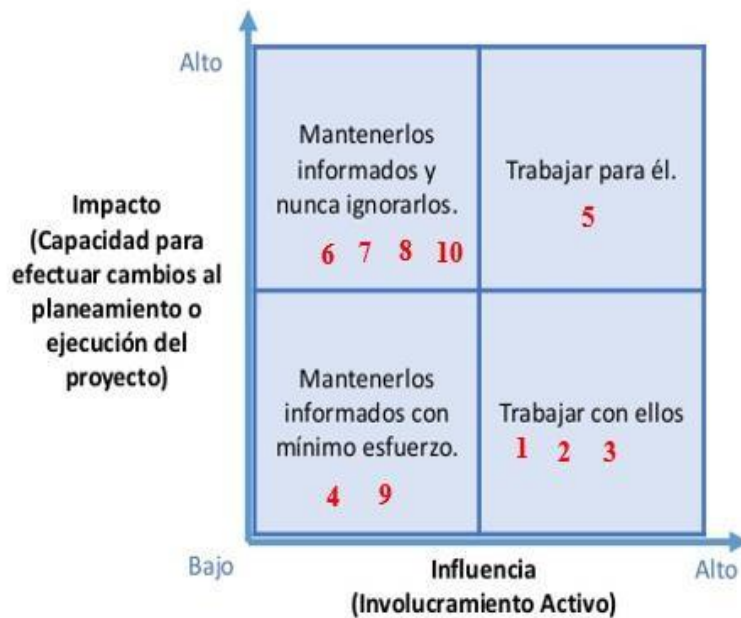


Figura 2. Matriz de influencia/impacto.

Fuente: Elaboración propia

Internos

Propietarios (1): Se ubica en trabajar con ellos, ya que un propietario también es un líder que tiene muchas tareas y responsabilidades que son esenciales para administrar un negocio exitoso.

Directivos (2): Se ubica en trabajar con ellos, debido a que los directivos, los propietarios y trabajadores son las personas encargadas y responsables que la empresa sea

productiva, los directivos son profesionales con capacidades e iniciativas de emprendedores.

Así mismo, es importante trabajar con ellos para obtener el direccionamiento y control de la empresa, a fin de tomar las mejores decisiones y aplicarlas al entorno para obtener beneficios internos y externos.

Funcionarios (3): Se ubica en trabajar con ellos, ya que es indispensable trabajar con ellos y hacerlos parte en la toma de decisiones, a los funcionarios se deben hacer sentir socios de la empresa, puesto que ellos son la clave en la productividad de la misma, por eso son considerados como el recurso más valioso.

Sociedad (4): Se ubica en mantenerlos informados con mínimo esfuerzo, ya que la empresa debe preocuparse por el impacto social que tienen sus acciones y procurar un impacto positivo en la comunidad que brinda el servicio.

Clientes (5): Se ubica en trabajar para él, ya que para el cliente es a quien va dirigida la empresa con el fin de satisfacer de manera adecuada y con una excelente política de calidad las necesidades propias al mismo; el cliente es uno de los más importantes factores para que la empresa, porque ellos adquieren los productos y servicios que brinda la organización con calidad y eficiencia, resaltando que este órgano es la razón de existencia de la compañía.

Competencia (6): Se ubica en mantenerlos informados y nunca ignorarlos; ya que la competencia permite que la empresa busque y trabaje fuertemente día a día para garantizar ser los mejores, no se debe aislar la competencia porque la evolución en cuanto

a los comportamientos permite cambios extraordinarios en los mercados, generando la eficiencia en la productividad.

Gobierno (7): Se ubica en mantenerlos informados y nunca ignorarlos; puesto que las empresas deben regirse a unas ciertas normas y reglamentaciones para que estas puedan trabajar en un espacio y con una razón social; esas normas se deben tener en cuenta y cumplir a cabalidad.

Finanzas (8): Se ubica en mantenerlos informados y nunca ignorados, puesto que las finanzas es una de las áreas más relevantes e importantes de la empresa, ya que esta permite determinar si esta es productiva o por el contrario está cubriendo únicamente gastos generales y no genera ganancias, cuando esto sucede se deben tomar las mejores decisiones para darle una solución a dicha problemática.

Proveedores (9): Se ubica en mantenerlos informados con mínimo esfuerzo, puesto que estos actores son los socios naturales y estratégicos para alcanzar los objetivos y lograr el éxito de la empresa, además de proporcionar variedad de elementos que permitan ver la calidad e innovación en la empresa.

Ambiente (10): Se ubica en mantenerlos informados y nunca ignorarlos, ya que el medio ambiente y la empresa están obligados a entenderse y respetarse, estos deben ser aliados debido a que existe una variedad de factores que pueden afectar tanto al uno como el otro, creando un desarrollo sostenible empresarial para la eficiencia.

5. Plan de Responsabilidad Social Empresarial

En esta tabla se presenta la propuesta al Plan de Responsabilidad Social Empresarial para la Corporación Panelera Doña Panela Ltda. De acuerdo a los Stakeholders y matriz de relaciones.

5.1. Plan de Responsabilidad Social Empresarial

Tabla 3. Plan de Responsabilidad Empresarial.

Plan de Responsabilidad Social Empresarial Corporación Panelera Doña Panela Ltda.							
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económica	Propietarios / Directivos / funcionarios / proveedores	Garantizar la sostenibilidad financiera de la empresa mediante el cumplimiento de las metas y estrategias que se planteen para la mejora continua.	Estructurar planes administrativos que permitan la mejora continua en las actividades financieras que se realicen.	24 semanas	Recursos físicos: papelería Recursos Humanos: personal Recursos técnicos: computador.	Número de metas cumplidas / número de metas establecidas * 100	Semestral Planillas de asistencia y actas de reunión.

Propietarios/ Accionistas/ Acreedores/ Accionistas Directivos/ Empleados Clientes	Lograr nueva expansión en el mercado.	La gerencia junto con el equipo comercial realizará estudios de mercadeo, para estar al tanto de la competencia, y empezar a implementar valores agrados a los servicios, con el fin de que los clientes prefieran a la empresa Corporación Panelera Doña Panela Ltda. En cuanto a la apertura de sucursales la gerencia realizara junto con el área comercial, estudios de mercado para evaluar la viabilidad de abrir las sucursales en las ciudades principales del País.	26 semanas	Recursos físicos: Papelería para las encuestas y el estudio de mercadeo y lapiceros Recursos humanos: Personal Recursos técnicos Computador y impresora	Numero de estudios de mercado a realizar en el año / número de sucursales abiertas en el año*100	Trimestral Guía de evaluación y Seguimiento
Propietarios, accionistas, proveedores, empleados y clientes.	Participar activamente en las capacitaciones dirigidas por el gerente de la empresa Doña Panela	Dar a conocer las acciones que permitan el crecimiento económico de la empresa	Últimos días de cada mes	Infraestructura, capital humano, e implementos de oficina	Objetivos cumplidos/objetivos propuestos*100	Mensual
Propietarios Empleados Proveedores Clientes	Promover una culturización de la responsabilidad social empresarial, dando cumplimiento a las propuestas y metas	Participar activamente y socialmente de forma responsable con métodos de comercio justos.	12 semanas	Recursos Humanos: personal Recursos técnicos:	Plazo acordado	Bimestral. Encuestas.

	establecidas en la compañía.			computador, impresora		
				Recursos físicos: sala de reuniones		
Social						Trimestral
Directivos / Recursos Humanos / Trabajadores	Incentivar a cada uno de los que intervienen en las operaciones, con el fin de lograr el cumplimiento de los objetivos organizacionales de la Corporación y mejorar el clima laboral.	Conceder incentivos económicos, permisos e integraciones entre los trabajadores, con el objetivo de generar ambientes que empujen los lazos de amistad y compañerismo.	8 Semanas	Recurso Físico: Salón de reuniones, restaurantes y sitios de recreación. Recurso Humano: Directivos, Trabajadores, y área de logística. Recurso Técnico: Capacitación.	Numero de incentivos otorgados/Número de objetivos organizacionales logrados * 100	Planillas de asistencia, planillas de redención de incentivos, evaluación de cumplimiento a los objetivos organizacionales, análisis y balance del ambiente laboral.
Propietarios Directivos empleado	Realizar capacitaciones y cursos de crecimiento para todos los colaboradores de la empresa.	El departamento de gestión humana será el encargado de organizar las capacitaciones y cursos para todos los colaboradores, estos cursos que se brindarán serán talleres de crecimiento para el personal, que les permitirá tener ascensos y nuevas oportunidades dentro de la organización.	Permanente	Recurso Físico: Salón de capacitaciones, hojas, lapiceros y refrigerios Recurso Humano: Capacitadores y personal que recibe los cursos Recurso Técnico: video vi, Tableros, marcador y computador	Numero de capacitaciones fijadas en el mes/ número de capacitaciones cumplidas en el mes*100	Semestral Evaluaciones de desempeño para revisar el compromiso y aprendizaje

	Propietarios, accionistas, proveedores, empleados y clientes.	Implementación de las ISO 26001	Involucrar los diferentes actores que están en la zona y generar calidad de vida y por ende desarrollo sostenible	Permanente	Infraestructura, capital humano, e implementos de oficina	Numero de capacitados en normas ISO26001/Numero de capacitaciones planeadas para actores en normas ISO 26001*100	Evaluación del grado de cumplimiento
	Propietarios Empleados Proveedores Clientes	Crear espacios de socialización y encuentro para fomentar la participación de la comunidad.	Dar ejemplo y educar a las demás empresas sobre la responsabilidad social empresarial y sus impactos.	12 semanas	Físicos: Recursos: Administración Técnicos: Sistemas	Plazo acordado	Bimestral. Encuestas e informes de calidad.
Ambiental					Recursos físicos: salón de reuniones y papelería. Recursos Humanos: Auditores y personal de la Corporación. Recursos técnicos: Computador y libros.		
	Funcionarios / sociedad	Verificar que la Corporación cumpla con la normatividad ambiental vigente.	Realizar auditorías para evaluar la aplicabilidad en la Corporación de la normatividad ambiental vigente.	50 semanas		Número de observaciones por mejorar / número de ítems de la auditoría realizada * 100	Anual Planillas de asistencia y actas e informes de la auditoría llevada a cabo.
	Stakeholders internos y externos	Adquirir nuevas prácticas, a través de charlas para la preservación del medio ambiente	Realizar campañas de concientización para las personas donde la empresa en general pueda comprometerse a cuidar el medio ambiente, cuidar el agua, el suelo y ahorrar energía, ya que es un	Permanente	Recurso Físico: Salón de capacitaciones, hojas, lapiceros y refrigerios Recurso Humano: Capacitadores y personal Recurso Técnico:	Numero de charlas de concientización programadas en el mes / número de asistencia de personas en el mes*100	Trimestral Evaluaciones de grado de cumplimiento

		compromiso de todos.		video vi, Tableros, marcador y computador		
Propietarios, accionistas, proveedores, empleados y clientes.	Implementación de las ISO 14001	Campañas de sensibilización en pro del cuidado del medio ambiente.	Mensual	Infraestructura, capital humano, e implementos de oficina	Numero de capacitados en normas ISO14001/Numero de capacitaciones planeadas para actores en normas ISO 14001*100	Mensual
		Trabajar en articulación con entidades publicas	Mensual			Mensual
Propietarios Empleados Proveedores Clientes	Implementar estrategias que permitan minimizar los impactos ambientales en la zona de Chitaraque donde se vierten las aguas residuales.	Realizar capacitación o charlas sobre la disposición final de residuos.	Mensual	Infraestructura, implementos de oficina y capital humano.	Numero de involucrados asistentes/número de involucrados*100	Mensual por medio de actas de asistencia

Fuente: Elaboración propia

5.2. Plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholders) internos y externos.

Se observa el plan de comunicaciones a los interesados (Stakeholders) dando a conocer la frecuencia y el medio que más se ajuste a la organización.

Tabla 4. Plan de comunicaciones a los interesados tanto internos como externos.

Plan de Comunicaciones			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económica	Propietarios / Directivos / funcionarios / proveedores / finanzas	Trimestral / cuando se requiera o se genere cambio	Capacitaciones, reuniones, boletines y correo institucional y teléfono.
Social	Comunidad Institucionalidad	Quincenal	Comunicados, informes y redes sociales
Ambiental	Comunidad	Trimestral	Reuniones, volantes, periódico y radio.

Fuente: *Elaboración propia*

5.3. Modelo de informe de gestión Norma ISO 26000 y Norma SA8000

Ajustar la Norma ISO 26000 sobre Responsabilidad Social. Esta Norma considera los impactos económicos, sociales y ambientales asociados al desarrollo de las actividades de la empresa, al aplicar la ISO 26000 se obtendrían los siguientes beneficios:

- Hacer que la empresa sea más competitiva a nivel social.
- Mejorar su reputación e imagen.
- Favorecer la relación con sus trabajadores e interesados.
- Atraer nuevos miembros de la organización o clientes.
- Mejorar la motivación, compromiso y productividad de los empleados.

De igual manera, permite implementar en la organización la relación de la gobernanza, con la toma de decisiones, el logro y cumplimiento de los objetivos para que la Corporación sea responsable de los impactos que genere mediante la prestación de los servicios, implantación de maquinaria o herramientas para el desarrollo de las funciones.

Esta norma contiene unos principios los cuales son los siguientes:

- Rendición de cuentas
- Transparencia
- Comportamiento ético
- Respeto a los intereses de las partes interesadas
- Respeto al principio de legalidad
- Respeto a la normativa internacional de comportamiento
- Respeto a los derechos humanos.

Adoptar e implementar las herramientas que la organización Global Reporting Initiative (GRI), que establece y da las diferentes pautas que permiten planificar, medir y evaluar a las

empresas y organizaciones con el fin de demostrar el desempeño en cuanto a los componentes económico, social y ambiental que están dentro de la responsabilidad social empresarial (RSE) de las organizaciones con el propósito de mantener una economía globalizada y sostenible.

Implementar dentro de la Corporación Panelera Doña Panela Ltda. La norma SA8000 (Social Accountability 8000): la cual “certifica en ética y responsabilidad social. Se basa en la responsabilidad de la empresa con sus empleados, tanto los directos como los trabajadores que laboran para sus proveedores, subcontratistas, entre otros. Esto supone que las organizaciones que así lo deseen o que sean exigidas por mercados internacionales para poder exportar, deben comprobar que en sus procesos productivos se ofrecen condiciones de bienestar, de respeto a los derechos humanos, libre asociación, salarios justos y no presentan forma alguna de atropello ni discriminación. Se rige en los acuerdos internacionales sobre las condiciones laborales y en los derechos humanos”.

6. Conclusiones

La Responsabilidad Social Empresarial de la Corporación Panelera Doña Panela Ltda. Promueve el compromiso de contribuir al bienestar integral de los colaboradores, clientes, proveedores y la sociedad en general.

El anterior trabajo nos permitió identificar la empresa que en este caso fue la Corporación Panelera Doña Panela Ltda. Y se evaluó el desempeño económico, social y ambiental de la organización; posteriormente a esto se realizó el código de conducta, con el fin de plantear estrategias positivas que favorecerán a la empresa a corto, mediano y largo plazo.

Así mismo, mediante un video se contextualizó la Responsabilidad Social Empresarial vs Marketing, con el propósito de diseñar un mapa genérico de los grupos de interés, por último, se redactó una propuesta de Responsabilidad Social para la Corporación Panelera Doña Panela Ltda.

7. Bibliografía

- Aching, C. (2006). Matemáticas financieras para toma de decisiones empresariales. (P. 6-11). Editorial B-EUMED. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=2&docID=3199378&tm=1510661183426>
- Alonso, V. (2006). Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España. (pp. 11-38). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3199840&ppg=1>
- Arredondo, T., Villa, C. & De la Garza, G. (2014). Propuesta para el diseño de un código de ética empresarial basado en la ética kantiana. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a02.pdf>
- Arroyo, R. (2012). Habilidades gerenciales desarrollo y destrezas, competencias y actitud, capítulo 2, 3 y 10. Editorial ECOE. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10559782&ppg=11>
- Bautista, R. (2012). Incertidumbre y riesgos: en decisiones financieras, capítulo 8. Editorial ECOS Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=9&docID=3208874&tm=1510659068078>
- Braidot, N. (2014). Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones, capítulo 9. (pp.233-244). Editorial Ediciones Granica. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3186030&tm=1510595750380>
- Braidot, N. (2014). Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement. (pp. 28-35, 431-473). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=10&docID=3224821&tm=1510419158573>

BSgrupo. (2018). La Influencia de los Stakeholders en el Proyecto. Obtenido de <https://bsgrupo.com/bs-campus/blog/La-Influencia-de-los-Stakeholders-en-el-Proyecto-69>

Buenosnegocios. (24 de Febrero de 2017). Cómo elaborar un código de ética. Obtenido de. <http://www.buenosnegocios.com/como-elaborar-un-codigo-etica-n2922>

Calderón, P. (2006, enero 18). Stakeholders. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/stakeholders/>

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>

Cárdenas, A. (20 de MAYO de 2007). asihablamos.com. Obtenido de <https://www.asihablamos.com/word/palabra/Panela.php>

Carvalho, J. (2009). Estados financieros: normas para su preparación y presentación. Capítulo 1. (P. 1-12). Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=7&docID=3198072&tm=1510664424452>

Carvalho, J. (2009). Estados financieros: normas para su preparación y presentación (2a. Edición), capítulo 1. Bogotá, CO: Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=7&docID=3198072&tm=1510664424452>

Celovel. (s.f.). Recuperado el 29 de 03 de 2019, de <http://www.ceolevel.com/crea-tu-propia-y-efectiva-matriz-de-stakeholders-en-tan-solo-3-pasos>

CERES. Manual para elaborar código de ética empresarial. Obtenido de https://www.telefonica.com.ec/proveedores/pdf/Manual_para_Elaborar_Codigos_de_Etica_Empresarial.pdf

Concepto.de. (s.f.). Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/gobierno/>

conceptodefinicion.de. (2019). conceptodefinicion. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/codigo/>

Córdoba, M. (20014). Análisis financiero, unidad 3. Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=5&docID=4870512&tm=1510665586233>

Córdoba, M. (2014). Análisis financiero. (pp. 90-94). Bogotá, Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4870512&tm=1511189149110>

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

Cueto, C. & Cuesta, 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>

Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>

Dacasa, E. (2017). Sobre la ética y la responsabilidad social empresarial. (Spanish). Revista Académica, Facultad De Derecho, 14(29), 43-92. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=lgs&AN=124347352&lang=es&site=eds-live>

Daniel P., Serra, A., & Ramón, J. (2017). factores determinantes del conocimiento de la responsabilidad social empresarial en el sector hotelero del caribe colombiano. Revista iberoamericana De Estrategia (RIAE), 16(2), 104-124. doi:10.5585/riae. v16i2.2475. Recuperado de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=124369750&lang=es&site=eds-live>

Dávila, L. (2017). OVI – Código de Conducta. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/14162>

De la Cruz, C. & Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. (Spanish). *Empresa Y Humanismo*, 19(2), 69-118. doi: 10.15581/015.XIX.2.69-118. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=117625019&lang=es&site=eds-live>

De Paula, G., Ferraz, J. & Núñez, G. (2006). CEPAL. Gobernabilidad corporativa, responsabilidad social y estrategias empresariales. (p. 22-46). Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1942/1/S309213P324_es.pdf

Debitoor. (s.f.). Obtenido de Debitoor: <https://debitoor.es/glosario/accionista>

Debitoor. (s.f.). Obtenido de Debitoor: <https://debitoor.es/glosario/proveedor>

Deloitte. (2016). Código Ético, Principios de Conducta Empresarial. Obtenido 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>

Donapanela. (s.f.). Obtenido de Donapanela: <https://donapanela.com/mision-y-visio/n>

Duque, J. (2015). Corrupción, organizaciones criminales y accountability: la apropiación de las regalías petroleras en los Llanos. (pp. 28-40). Editorial Universidad del Valle. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=8&docID=4760789&tm=1510666611584>

Economía simple. (2016). Definición de Stakeholders. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/stakeholders>

EOI. (03 de 02 de 2014). Obtenido de EOI: <https://www.eoi.es/blogs/embracon/2014/02/03/los-beneficios-de-la-responsabilidad-social-empresarial-rse-para-las-empresas/>

Esan. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/normas-y-certificaciones-de-responsabilidad-social/>

Española, D. (2016). es.thefreedictionary.com. Obtenido de <https://es.thefreedictionary.com/plazo>

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. [N.p.]: ECU. (pp. 17-36, 91-116 y 253. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 125-192, 237-246, 259-266). Obtenido de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=0804983&lang=es&site=eds-live>

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 193-225). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 247-252. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 48-50. Recuperado

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

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. (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, V. (2010). ISO 26000, ¿en qué consiste esta norma? Obtenido de

https://geoinnova.org/blog-territorio/medioambiente-iso-26000/?gclid=EAIaIQobChMI2975wI3u4QIVUlmGCh0xogLoEAAYASAAEgIgy_D_BwE

Garzón, W., Acevedo, J. & Zárate, R. (2014). Estatus jurídico de la responsabilidad social empresarial (RSE) en Colombia. *Díkaion*, 22(2). Recuperado

de <http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490>

GS - UNAD. (11 de Noviembre de 2016). Matriz Influencia – Impacto. Obtenido de

<https://gestioncomunicacionesgrupo29.wordpress.com/2016/11/11/matriz-influencia-impacto/>

Gutiérrez, E. (2010). Competencias gerenciales, habilidades conocimiento aptitudes, capítulo 2, 4, 6 y 7. Editorial ECOE. Recuperado

de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10467058&ppg=9>

<https://www.powtoon.com/online-presentation/dpVRXsrgNqq/?mode=movie#/>

Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de Derecho*, (41), (pp. 51-82). Recuperado de

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&tlng=es

Jarrín, G. (2015). Habilidades gerenciales la gran industria de Quito, capítulo 2. Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado

de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=11379275&ppg=5>

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

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>

Narrillos, R. (2013). Economía social: valoración y medición de la inversión social: método SROI. Madrid: Ecobook. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=858381&lang=es&site=eds-live>

Narváez, M. (2017). Teoría de los Stakeholders. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/14060>

Narváez, M. (2017). Teoría de los Stakeholders. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/14060>

Núñez, G. ONU, CEPAL. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. (2004). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. (p. 11-16). Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5779/1/S0310754_es.pdf

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>

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014). Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. Pág. 17-23, 30-31. Recuperado de http://observatoriosc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf

Palacios, F., García, D. & Espasandín, F. (2014). Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión diagnóstico e impacto en la empresa. (pp. 11-28). Madrid, ES: Difusora

Larousse - Ediciones Pirámide. Recuperado

de<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=4909723>

Palomares, J. & Peset, M. (2015). Estados financieros: interpretación y análisis. (pp.23-43).

Madrid, España: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. Recuperado

de<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4569914&tm=1510667176880>

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

Recuperado

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

Pérez, J. & Gardey, A. (2008). definicion.de. Obtenido de <https://definicion.de/compromiso/>

Pérez, J. & Merino, M. (2008). definicion.de. Obtenido de <https://definicion.de/conducta/>

Pérez, J. & Merino, M. (2009). definicion.de. Obtenido de <https://definicion.de/plan/>

Pm-devices. (2012). PROYECTO TÉCNICO: Walk'n Charge, Identificar a los Interesados.

Obtenido de http://pm-devices.com/ProjectTecnico_GrupoIniciacion.html

Porter, M. (2015). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. 2a. edición. Capítulo 1. Editorial Patria. Recuperado

de<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=15&docID=4824579&tm=1510603257111>

Prieto, J. (2012). Gestión estratégica organizacional (4a. Edición). [N.p.]: Ecoe ediciones.

Recuperado

de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=547340&lang=es&site=eds-live>

Prieto, J. (2012). Gestión estratégica organizacional. (pp.236-241). Recuperado

de<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=9&docID=3204280&tm=1510418067904>

Progressa. (29 de Mayo de 2018). Kaizen – La mejora continua. Obtenido de <http://www.progressalean.com/kaizen-mejora-continua/>

Responsabilidad Social Corporativa. (s.f.). ISO 26000 visión general del proyecto. Obtenido de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf

Responsabilidad social empresarial. (s.f.). Recuperado el septiembre de 2018, de <http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Buenaspracticasesempresariales/BibliotecaGerenciaEstrategica/ResponsabilidadSocialEmpresarial.aspx>

Responsabilidad Social. (s.f.). Cómo diseñar un Plan de Responsabilidad Social Corporativa. Obtenido de <http://responsabilidad-social-corporativa.com/como-disenar-plan-de-responsabilidad-social-corporativa/>

Schwalb, M., & García, I. (2013). Dimensiones de la responsabilidad social del marketing. *Utopia Y Praxis Latinoamericana*, 18(63), (pp. 434-456). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=108747713&lang=es&site=eds-live>

significados.com. (12 de JULIO de 2018). Significados. Obtenido de <https://www.significados.com/valor/>

significados.com. (19 de FEBRERO de 2019). significados.com. Obtenido de <https://www.significados.com/responsabilidad/>

significados.com. (28 de ENERO de 2015). significados.com. Obtenido de <https://www.significados.com/cliente/>

Torre, J. (214). Neurociencia, neuroética y biética. p. 44-64. Editorial Universidad Pontificia Comillas. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3224768&tm=1510597504684>

Triana, K. (2017). OVI - Porter´s Five forces. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/12882>

Universidad pontificia bolivariana. (s.f.). Recuperado el 01 de 05 de 2019, de <https://www.upb.edu.co/es/blogs/upb-sostenible/gri>

Vélez, M. (2011). Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa. (Spanish). Revista Ciencias Estratégicas, 19(25), 55. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=64443920&lang=es&site=eds-live>

Anexos

En el siguiente enlace se muestra la contextualización de Marketing Corporativo y Marketing Social:

<https://www.powtoon.com/online-presentation/dpVRXsrgNqq/?mode=movie#/>