

FASE 6- SOCIALIZAR EL PLAN DE RSE

**JIMMY ALEXANDER OJEDA
KATHERINE HERNANDEZ
MILENY DEL SOCORRO BENAVIDES
MONICA MONTANCHEZ**

**UNAD
ECACEM
PASTO- NARIÑO
2019**

FASE 6- SOCIALIZAR EL PLAN DE RSE

Presentado por:

**JIMMY ALEXANDER OJEDA_
KATHERINE HERNANDEZ_
MILENY DEL SOCORRO BENAVIDES
MONICA MONTANCHEZ**

GRUPO 101008_7

Presentado a:

MAITE CONCEPCION PERTUZ

**UNAD
ECACEM
PASTO-NARIÑO
2019**

Tabla Contenido

Lista Tablas.....	5
Lista graficas.....	6
Resumen	7
Abstract	8
Palabras clave (Mínimo 5).....	9
Introducción.....	10
1.Objetivos.....	11
Objetivo General.....	11
Objetivos Especificos.....	11
2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa QUALA COLOMBIA S.A	12
1.1. Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)	12
1.2. Evaluación de desempeño.....	13
formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada	14
1.3. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial	15
3. Código de Conducta.....	16
3.1. Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción.....	17
3.1. Guía e iniciativa mundial aplicada para construir el código de conducta.	18
3.2. Propuesta Código de conducta de la empresa seleccionada	19

3.3. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta.....	20
4. Stakeholders.....	22
4.1. Breve descripción de los Stakeholders	23
(Mapa genérico Stakeholders)	25
4.1. Breve descripción matriz de relacion influencia- Impacto entre la empresa seleccionada y los Stakeholders identificados.	26
(Mmatriz de relacion influencia - Impacto.....	27
5. Plan de responsabilidad social empresarial	28
5.2. Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders)	33
5.3. Modelo de informe de gestión recomendado.....	34
6. Conclusiones.....	36
7. Bibliografía.....	37
Anexos (Enlace del vídeo que fue subido a YouTube).....	39

Lista de Tablas

Tabla No. 1 Formato de evaluación Impacto empresa Quala.....	13
Tabla No. 2 Recursos Financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta...23	
Tabla No. 3 Plan de Responsabilidad Social Empresarial.....	29
Tabla No. 4 Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders)... ..	34

Lista de Graficas

Grafica 1. Mapa genérico de Stakeholders.....	25
Grafica 2 Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto)	28

Resumen

La RSE es una herramienta, que permite a las organizaciones generar compromiso en cuanto a responsabilidades sociales y ambientales van de la mano con el desarrollo de la empresa, a través del presente trabajo se estableció un plan de RS en el cual se tiene en cuenta el medio ambiente, las comunidades y la empresas en general, dentro del estudio realizado se ha desarrollado la creación del código de conducta empresarial en el cual se contemplan políticas empresariales claras que han permitido elaborar un plan de RSE acorde a las necesidades presentes en la organización y el entorno que la rodea, de igual manera el reconocimiento y evaluación de los stakeholders a través de la matriz de Influencia Vs Impacto han sido la base para la propuesta del plan de RSE para la empresa QUALA COLOMBIA S.A

De tal manera que se trabajó con el grupo colaborativo, la empresa de QUALA COLOMBIA S.A, en la cual se realizó un estudio correspondiente a los procesos que enmarca toda la organización, tanto en la parte interna y externa de la organización.

Palabras clave

RSE, Código de Conducta, Stakeholder, Modelo Gerencial, Matriz de relación Influencia - Impacto, Recursos financieros, Plan de comunicaciones, Informe de gestión.

Abstract

Corporate social responsibility –CSR is a tool that allows organizations to generate commitment regarding social and environmental responsibilities, in accordance with mission, vision and objectives, through this work a game of social responsibility in which the environment, communities and companies in general are taken into account, within the study carried out, the creation of the code of business conduct has been developed in which clear business policies are contemplated that have allowed the elaboration of a business plan.

Corporate Social Responsibility according to the needs present in the organization and the environment that surrounds it, in the same way the recognition and evaluation of stakeholders through the Influence Vs Impact matrix have been the basis for the proposal of the CSR plan for the company QUALA COLOMBIA SA.

In such a way that we worked with the collaborative group, the company of QUALA COLOMBIA S.A, in which a study was carried out corresponding to the processes that frames the whole organization, both in internal and external part of the organization

Keywords

Corporate Social Responsibility Plan (CSR), Code of Conduct, Stakeholder, Management Model, Matrix of relationships (influence vs. Impact), Financial resources and investment decisions, Communications plan, Management report.

Introducción

Dentro del sector empresarial que hace parte de gran parte de la actividad económica Nacional e Internacional, se hace imprescindible la incorporación de Responsabilidad Social Empresarial, adquiriendo cada vez más fuerza dentro de los entornos organizacionales, organizando la gestión que relaciona a la empresa y a la ética con cada uno de los procesos y Stakeholders que hacen parte de la empresa y en los cuales se tienen estrechas relaciones.

Se identifica la necesidad de elaborar un plan de RSE, para la organización QUALA COLOMBIA S.A basado en compromiso, responsabilidad y participación y la integración de estrategias, misión, visión, valores corporativos, evaluación de impactos tanto en la parte social, económica y ambiental, modelo gerencial, guías e iniciativas mundiales, código de conducta, indicadores de desempeño, todo esto en ejercicio de examinar las consecuencias de las acciones que se tomen y las repercusiones que se obtienen sobre los Stakeholders de la empresa, para aplicar la RSE, requiere de cumplimiento en el desarrollo de los procesos que permitan la identificación de falencias y de la misma manera para superar inconvenientes que se pueden presentar dadas las diversas exigencias actuales.

La RSE, dentro del marco que la rige busca el cumplimiento de objetivos afines al desarrollo de la sociedad, en su economía y en el medio ambiente en el cual la comunidad y la empresa no encuentren afectaciones tanto al entorno que los rodea como a las producciones que propende la empresa y que son de consumo y uso humano, con la implementación de buenas prácticas operacionales, para tomar decisiones, con total compromiso para lograr niveles de competitividad, a través de acciones medibles.

Es de suma importancia que dentro del entorno institucional la ética sea una base de suma importancia que interfiere en la imagen de la organización, los empleados, colaboradores, clientes y la comunidad en general, siendo el código de ética una herramienta fundamental, que se basa en guías e iniciativas mundiales y que permiten transmitir valores, principios y lineamientos los cuales hacen que la empresa adquiera confianza y control en los procesos de la organización.

Dentro de las organizaciones es cada vez más impredecible demostrar un comportamiento social, económico y ambiental responsable, dentro de todas sus áreas y procesos en los cuales incurra la empresa Quala Colombia S.A

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

Diseñar y aplicar el plan RSE para la implementación en la organización Quala Colombia S.A

1.2 Objetivos específicos

- Proponer empresa del entorno e indicar direccionamiento estratégico
- Redactar código de conducta
- Realización y contextualización sobre RSE vs Marketing
- Diseñar mapa genérico de Stakeholders
- Relacionar y explicar mapa genérico
- Redactara matriz de relaciones (Influencia vs Impacto)
- Construcción de plan de RSE
- Redacción de plan de comunicaciones a los interesados
- Recomendación de modelos de informe

2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa QUALA COLOMBIA S.A

2.1 Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)

Visión Quala internacional 2022

Seremos la multinacional de consumo masivo más exitosa, ágil y aguerrida, que crea propuestas innovadoras que cambian la historia de los mercados.

Esto lo lograremos aprovechando al máximo la estratégica huella comercial y operativa que hemos construido en la región, con poderosas iniciativas sinérgicas entre países y apropiada a cada mercado. (Quala, s.f.)

MISION

Nuestro Propósito

Nuestra contribución de fondo a la sociedad. Nuestros éxitos y valores, serán una guía e inspiración para que toda nuestra gente y las personas que nos conozcan, transformen paradigmas y se convenzan que con pasión, autoexigencia, esfuerzo, determinación, sencillez y pensamiento profundo.

¡TODO ES POSIBLE!

(Quala, s.f.)

2.2 Evaluar el desempeño (incluir el formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada)

La identificación del problema en la empresa QUALA que a pesar de tener dificultades, en su manejo del reciclaje hacia el cliente final y no tener una estructura organizacional de sobre este tema, en la parte administrativa ha logrado sostenerse en el mercado por aproximadamente 39 años. Se puede observar en Quala S.A que no se han identificado objetivos estratégicos en económico, social y ambiental en el buen uso del envase plástico, bolsa plástica y cartón; en clima organizacional y gestión empresarial, tampoco se conocen claramente las oportunidades y amenazas del medio ambientales, es necesario diseñar un plan estratégico de económico social y ambiental enfocado al sostenimiento en el del medio ambiente y la culturalización del cliente final del reciclaje. Es importante destacar que no se realiza planeación estratégica, por tanto se requiere el diseño de estrategias encaminadas a maximizar resultados de cuidar el medio ambiente en cultura de reciclaje, se han identificado falencias en los pasos de logística y publicidad de cómo cuidar el medio ambiente. Esta falta de estrategias innovadoras para atraer nuevas tecnologías en uso de plástico.

Con la investigación se pretende analizar, identificar y encontrar al mejor solución a los diferentes problemas presentados dentro de la organización en la ciudad de Pasto, tales como la falta de planeación estratégica en algunos aspectos, económica, social y ambiental los cuales no tienen direccionamiento empresarial, de tal modo que las metas de la empresa sean en general

Tabla N.1 Formato de evaluación Impacto Quala

Formato de Evaluación Impacto Quala			
	Problema	Impacto	Prioridad
Económico	Interno: falta de estrategias de innovación, implementación y utilización de materiales de empaque de productos menos contaminantes.	Generación de mayor contaminación por aumento de residuos en los basureros de los diferentes sectores así como mayores gastos para la empresa de la misma manera los mensajes publicitarios solo se encaminan a vender productos mas no a la concientización del daño que causa los empaques de productos ya utilizados.	Alta
	Externo: exceso de material pop con mensajes no concientizan té sobre el reciclaje de botellas plásticas, cartón, y bolsas plásticas		
Social:	Interno: Falta de promoción por parte de logística sobre la cultura del reciclaje	Malestar del cliente y la comunidad en general por la contaminación de los residuos de los productos que la empresa genera.	Alta
	Externo: Excesivo consumo de líquidos en botellas plásticas y demás productos.		
Ambiental:	Interno: Falta de campañas de concientización al cliente sobre el buen uso y clasificación de las basuras	Generación de criaderos de insectos y roedores que afectaran de manera directa la salud de la población ya que habrá proliferación de enfermedades por los olores que se emiten así como contaminación de los afluentes de agua por el vertimiento de sustancias o residuos presentes en la composición de algunos materiales como papel	Media
	Externo: Mal almacenamiento de las botellas plásticas en basura por parte de los clientes		

2.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

La RSE se refiere a la conciencia que las empresas tienen que asumir las consecuencias de sus actividades, y no son del mismo tipo porque dependen de factores y de actividades con las que pueden perjudicar a alguien a algo.

Por los productos que maneja Quala se puede aplicar RSE en varias áreas:

Responsabilidad medioambiental

La empresa debe ser responsable en reutilizar los recursos para minimizar la contaminación de las botellas plásticas y el ahorro de energía en las oficinas.

(prácticas, s.f.)

Responsabilidad comunitaria

La empresa debe contribuir al desarrollo de las comunidades en este caso con la comunidad de recicladores llegando a convenio por la recolección de las botellas plásticas.

(prácticas, s.f.)

Responsabilidad respecto al mercado

La empresa debe mantener calidad en los productos y el bienestar del consumidor

(prácticas, s.f.)

Responsabilidad respecto al puesto de trabajo

La empresa debe ofrecer cursos de formación y buen trato en todas las áreas de la convivencia de los empleados en el trabajo.

(prácticas, s.f.)

De acuerdo a la evaluación de impactos presentada se evidencia que existen algunos problemas especialmente en la parte ambiental ya que no existen políticas que le permitan hacer un aporte constructivo que beneficie en si al medio ambiente , las estrategias que han aplicado no se evidencia un direccionamiento estratégico apto con el cuidado del ambiente en el cual se concentre en minimizar tales impactos ambientales de tal manera que dentro de sus políticas debe de incluir diseños de productos y practicas responsables asociados a la producción distribución y disposición final de los empaques de los productos teniendo en cuenta la salud de los consumidores y el daños que ocasiona en los aspectos ambientales

3. Código de Conducta

3.1 Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción

Inclusión

Con la idea clara de diseñar el código de conducta de las empresa QUALA S.A propongo trabajar con el modelo gerencial de INCLUSIÓN este nos permite identificar las prioridades de los clientes, los requisitos de un buen producto y/o servicio, la entrega el producto terminado o la prestación de servicio con la cual sostenemos una comunicación constante con cada uno de nuestros clientes, dándole relevancia a cada uno de sus reclamos para lograr mejorar sobre el camino y teniendo en cuenta la apreciación de ellos. El presente modelo brinda la posibilidad de dar solución y respuesta prontamente a sus sugerencias que al final se ven reflejados en la disminución de riesgos, tomar mejores decisiones y Contribuir a la eficiencia y a la obtención de resultados loables para la empresa. A su vez le ayuda a la organización a identificar nuevas oportunidades para el desarrollo de planes organizados a mejorar continuamente la calidad de los bienes o servicios que brinda en la localidad, a través de las necesidades expuestas por los

usuarios se le facilita a la empresa gestionar estrategias que generen desarrollo ambiental, económico y social para cumplir con los objetivos propuestos y los compromisos pactados para tener un desarrollo exitoso integral por otro lado detectar las oportunidades para reducir riesgos e implementar las medidas correctivas, controlar y evaluar las acciones aplicadas internas y externas en los procesos, así la organización logra mejorar el uso de los recursos financieros para mejorar el destino de los residuos a bajos costos.

3.2 Guía e iniciativa mundial aplicada para construir el código de conducta.

En la empresa Quala se identifica relación según el **Código de conducta** las siguientes:

Guía ISO 26000 sobre Responsabilidad Social

Estándar internacional que proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, las materias fundamentales y los temas que constituyen la responsabilidad social y sobre las maneras de implementar la responsabilidad social en la actividad y gestión interna de cualquier tipo de organización.” (RSC, s.f.)

3.3 Propuesta Código de conducta de la empresa seleccionada

Código de conducta

Se propone el código de conducta para Quala para la empresa para expresar y aplicar los valores éticos y de ley basada en principios y normas que necesitan sus colaboradores y a la vez implementar y evaluar la forma de cómo ponerlos en práctica obligatoria, óptima, deseable o prohibida.

Introducción al código de conducta

Se elabora un documento donde se consigne toda la información del Código de Conducta de Quala para que todo el personal de cualquier área de la empresa tenga acceso para leer, revisar y comentar los principios que rigen y se aplican en su empresa.

Objetivos

(empresarial, s.f.)

Alcance

Involucra a todo el personal de Quala gerencia, directivos, administrativos, operarios y logísticos

Relación con clientes y consumidores

Prestar un excelente servicio a los clientes y al consumidor estando atenta a sus comentarios, quejas, sugerencias, peticiones y reclamos en cuanto al servicio que se está prestando y dar solución inmediata a cualquier solicitud en el departamento de PRQS.

Relación con proveedores

Se establece una excelente relación con los proveedores basada en la transparencia a la hora de escoger el mejor servicio, con los mejores precios de la mejor calidad para negociar sin intermediarios ni pagos por comisión no autorizadas en las diferentes negociaciones

Política de regalos

Se acepta regalos por parte de los proveedores siempre y cuando exista un documento aceptado por gerencia que contenga las condiciones de bonificaciones o regalos determinados por algún tipo de negociación

No se acepta ningún regalo o comisión por ningún tipo de negociación a beneficio a algunos empleados que no estén autorizadas por gerencia o por la junta directiva

Relación con la competencia

Se establece una excelente y leal relación con las empresas que son competencia a nivel comercial basada en la veracidad del servicio al cliente y la satisfacción de los productos comercializados a nivel de precio y calidad.

Se prohíbe hablar mal de la competencia o de los productos que comercializa.

Relación con los colaboradores

Cada empleado de cualquier área y/o nivel educativo que pertenezca a la empresa recibirá igual trato con respeto, dignidad, amabilidad a nivel laboral y personal por el servicio que le presta a la empresa. Si alguno de los empleados tiene alguna observación, petición, queja o reclamo acerca de su trabajo o de un jefe debe hacerla sin abstenerse por ningún motivo o miedo porque será

escuchado y en caso de ser necesario se corregirá a/o quien corresponda sin ningún tipo de represaría.

Conflicto de interés

Se debe revisar los resultados de las actividades o relaciones de la empresa y se debe prestar un servicio imparcial con objetividad que no afecte o de ventaja competitiva injusta ante un cliente, proveedor o empleado.

Información y tratamiento de datos

La información de los clientes, proveedores y empleados es confidencial y se maneja según el de tratamiento de datos. (Publica, s.f.)

Protección de activos

Se debe velar con un monitoreo permanente la seguridad de la infraestructura e informática de la empresa que son los activos que generan rentabilidad para los accionistas

Política de seguridad

Son un conjunto de reglas que velan por la seguridad de la infraestructura e informática de la empresa basada en una estrategia para combatir los riesgos digitales.

(Seguridad, s.f.)

Política de austeridad

Se establece la política de austeridad en las decisiones de gastos de los dineros de la empresa por el cambio permanente del mercado y la globalización en la importación de productos que se distribuye y que dependen del valor cambiante del dólar para tener eficiencia y alcanzar el presupuesto mensual establecido.

Respeto por las leyes y el medio ambiente

Se crea una política de reciclaje para el uso medido de papel, reimpresión por los dos lados de las hojas, reutilización de plástico, clasificación de basuras y ahorro de energía en el lugar de trabajo (apagar bombillos, apagar equipo de oficina al final de la jornada, desconectar cargadores de diferentes equipos de la oficina)

Implementación

Debe ser presentado, implementado, respetado y evaluado en cada área de la empresa par el mejor funcionamiento de las normas y deberes de cada empleado

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

Tabla No. 2 Recursos Financieros

ACCIONES	MATERIALES	PRESUPUESTO
10 Directivos para recopilación de información	(3) Resma de papel	\$45.000
	(10) lapiceros	\$15.000
Verificación de código de conducta abogado laboral	(2) resaltador	\$3.000
	(1) refrigerios	\$5.000
Asesoramiento Normas y requisitos de ley para la total transparencia	Visita-instituciones medioambientales, laborales, tributarias	\$200.000
Revisión y aval de código de conducta por parte del gerente general y junta administrativa	(12) refrigerios	\$60.000
	(1) impresión de código de conducta	\$8.000
	(120) copias de código de conducta	\$6.000
Difusión de código de conducta	(6)Talleres de información	\$120.000
	Publicación en página web	\$100.000
	Publicación en cartelera	\$30.000
Evaluación trimestral a través de encuesta virtual para verificación de cumplimiento de código de conducta	Internet	\$60.000
Total		\$652.000

4. Stakeholders

4.1. Breve descripción de los Stakeholders

Stakeholders: palabra en inglés, que significa partes interesadas.

Stakeholders hace referencia a integrantes directos e indirectos de una organización sujeta a las actividades y decisiones de una persona según la guía de PMOCK 2013, “el análisis de Stakeholders consiste en el proceso de identificación de las personas, grupos u organizaciones que podrían ejercer o recibir el impacto de una decisión , actividad o resultado del proyecto así como de analizar y documentar información relevante y relativa a sus intereses, participación, interdependencia, influencia y posible impacto en el éxito del proyecto” (Pmock, 2013)

A demás el término stakeholder fue introducido en el libro de strategic Management: A Stakeholder Approach, publicado en 1984 por R. Edward Freeman, en el contexto del libro el autor sostenía que “estos grupos de interés son un elemento esencial que debe ser tomado en cuenta en la planificación estratégica de los negocios.”

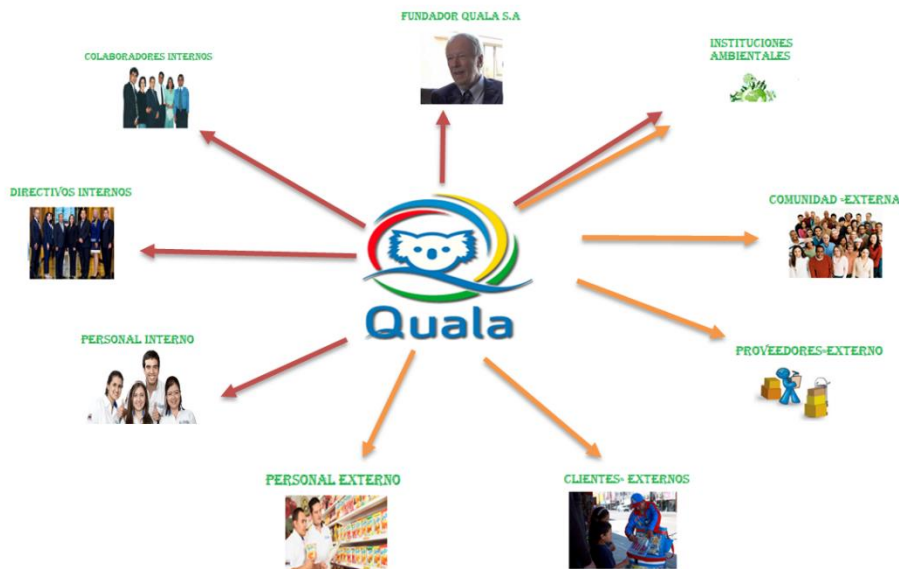
(Freeman, 1984)

En la actualidad se fomenta dentro de las organizaciones la RSE como estrategia de suma importancia dentro de cada uno de los procesos los cuales la empresa este ejecutando por tal razón la RSE.

(Freeman, 1984)

Por tal razón para la Empresa Quala Colombia S.A, además de la activa participación de sus propietarios, se incluyen diversos actores quienes son claves, conformados por personas que se preocupan por el buen desempeño de la organización ya que están relacionados de manera directa o indirecta dentro de los grupos de lo stakeholders.

Mapa genérico de stakeholders



Grafica 1. Mapa genérico de Stakeholders

4.4. Breve descripción de matriz de relación influencia- Impacto entre la empresa seleccionada y los Stakeholders identificados.

Fundador: Responsable de la dirección directa de la organización, así como también es quien da la aprobación y desaprobación de proyectos que benefician a la comunidad y a la economía y progreso de la empresa teniendo presente todos los aspectos sociales ambientales y culturales de las sociedades a largo y corto plazo.

Colaboradores internos: Responsable de la ayuda en la creación y presentación de proyectos, además de ayudar a garantizar calidad en los productos, supervisión en la prestación de servicios internos y externos en procesos de logística así como también la verificación de

todos los aspectos legales en cuanto a organización, cumplimiento de la RSE, pagos de empleados , prestaciones sociales Etc.

Directivos internos: Responsable de cumplimiento de labores del área a cargo, capacitación constante a empleados, participación de propuestas innovadoras que beneficien a la organización y sostenimiento de un buen clima laboral entre el grupo que coordina para propender el progreso de la organización.

Personal Interno: Responsable de desarrollar las labores de producción en las que se incluye el manejo de la maquinaria, composición de productos, empaque de productos, Etc.

Personal externo: responsable de la promulgación y venta de los productos elaborados por parte de la empresa, en cuya función es el impulso del producto en tiendas supermercados dando accesibilidad a toda la comunidad para la adquisición de productos.

Cientes externo: Dentro del toda la organización es el principal base de la empresa ya que del depender que la empresa incremente su capital por las ventas que se realicen de toda su gama de productos con las que cuenta.

El cliente siempre va a buscar un precio justo, salubridad de los productos, información correspondiente de los productos y control de calidad de los mismos

Proveedor externo: son responsables de entregar productos de calidad cumpliendo con todas las normas sanitarias, un precio razonable de los mismos, así como ser cumplidos con cada entrega ya que los productos deben satisfacer los requerimientos de los clientes.

Comunidad: la comunidad en general la cual se ve beneficiada de cierta manera como lo es por la generación de empleo la venta de productos de buena calidad, así como la prevención e información de posibles daños ambientales (uso de sustancias prohibidas, gases con fuertes

olores, etc.) que afecte a la salud de los habitantes, de igual manera estar prestos al dialogo para posibles soluciones cuando haya algún inconveniente.

Instituciones ambientales: son responsables de la regulación de cada una de las normas ambientales y de responsabilidad social para que la empresa se ajuste a cada norma como lo contempla la constitución de 1991, además que en cada producto que se cree, procese y distribuya debe estar aprobado y certificado por el Invima por ser productos masivos para consumo humano.

Matriz de relación influencia - Impacto

Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) QUALA COLOMBIA S.A	
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">I M P A C T O</div>	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="margin-right: 10px;">↑</div> Alto </div>
<p><u>Mantenerlos informados y nunca ignorados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunidad • Clientes • Instituciones ambientales 	<p><u>Trabajar para él</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Clientes, (Hombres, Mujeres, amas de casa, trabajadores, estudiantes, niños, jóvenes, establecimiento comerciales, tenderos, restaurantes vendedores formales e informales, peluquerías ETC. • Comunidad en general, (Nacional, Departamental, Regional, Municipal etc. en toda la geografía Regional donde esté presente los productos de Quala Colombia S.A)
<p><u>Mantenerlos informados con mínimo esfuerzo</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Instituciones ambientales (secretaria de salud, Instituto Nacional de Vigilancia de medicamentos y Alimentos -Invima, ministerio de salud y protección social - Minsalud, ministerio de ambiente y desarrollo) 	<p><u>Trabajar con ellos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal –interno, (producción, investigación, mantenimiento, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos etc.) • Personal externo,(mercaderías e impulsores) • Directivos internos, • Colaboradores internos(equipo de 7 integrantes que demuestran su capacidad de innovar y su pasión por afrontar retos) • Fundador, (Michael de Rhodes) • Proveedor externo,(sector primario)
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="margin-right: 10px;">↓</div> Bajo </div>	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="margin-right: 10px;">→</div> Alto </div>
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">INFLUENCIA</div>	

Grafica 2. Matriz de relación influencia – Impacto.

5. Plan de responsabilidad social empresarial

Tabla No. 3 Plan RSE

PLAN DE R. S. E. QVALA COLOMBIA S.A							
Dimencion	Stakeholders	Objetivos	Estrategias	plazo	Recursos	Indicador	Seguimiento
Económica	Fundador: Responsable de la dirección directa de la organización, así como también es quien da la aprobación y desaprobación de proyectos que beneficjen a la comunidad y a la economía y progreso de la empresa teniendo presente todos los aspectos sociales ambientales y culturales de las sociedades a largo y corto plazo.	Mantener la dirección control de los procesos de las empresas generando bienestar para la empresa, sociedad y sus empleados.	Creación de estrategias que permitan mantener el buen funcionamiento los implicados en la organización	Cada mes	Físicos: Oficina general Humanos: Jefe general del empresa. Técnicos: Computador.	Total Personal organización, total sociedad colombiana.	Mensualmente mediante informe-acta que permita el acatamiento de disposiciones dadas desde la dirección general para beneficio de la organización y la sociedad en general.
	Personal Interno Responsable de desarrollar las labores de producción en las que se incluye el manejo de la maquinaria, composición de	Promover y mantener un excelente clima laboral dentro y fuera de los operarios internos, externos de la organización	Desarrollar actividades recreativas, (integraciones deportivas, culturales) y actividades teóricas-prácticas (talleres).	Cada mes	Físicos: Salón de eventos, canchas deportivas. Humanos: Profesional conferencista psicólogo.	Número de personal capacitado equivalente al 100 por ciento del objetivo alcanzado.	Mediante la redacción de informe –acta en la cual quede la constancia de las actividades realizadas mensualmente y del nivel de asistencia de las diferentes áreas de

<p>productos, empaque de productos, Etc.</p> <p>Personal externo: responsable de la promulgación y venta de los productos elaborados por parte de la empresa, en cuya función es el impulso del producto en tiendas supermercados dando accesibilidad a toda la comunidad para la adquisición de productos.</p> <p>Directivos internos: Responsable de cumplimiento de labores del área a cargo, capacitación constante a empleados, participación de propuestas innovadoras que beneficien a la organización y sostenimiento de un buen clima laboral entre el grupo que coordina para propender el progreso de la organización.</p> <p>Colaboradores internos:</p>	<p>QUALA COLOMBIA S.A</p>	<p>Aplicación de código de conducta organizacional como estrategia que permita</p>	<p>Cada trimestre</p>	<p>Técnicos: Refrigerios, Video Bin, computador, resma de block, lapiceros, balones (básquet, futbol, voleibol)</p>	<p>la empresa. Además se debe ver reflejado en resultados a nivel de producción de QUALA COLOMBIA S.A.</p> <p>Trimestralmente se debe proporcionar informe – acta en el</p>
---	---------------------------	--	-----------------------	--	---

	<p>Responsable de la ayuda en la creación y presentación de proyectos, además de ayudar a garantizar los productos, supervisión de servicios internos y externos en los procesos de producción y distribución así como también la verificación de todos los aspectos legales en cuanto a organización, cumplimiento de la RSE, pagos de empleados, prestaciones sociales Etc.</p> <p>Cientes externo: Dentro del toda la organización es el principal base de la empresa ya que del depender que la empresa incremente su capital por las ventas que se realicen de toda su gama de productos con las que cuenta. El cliente siempre va a buscar un precio justo, salubridad de los productos, información</p>	<p>Velar activamente por el cumplimiento de los procesos de capacitación de personal, mantener al día las normativas sanitarias y los registros de salubridad</p> <p>Concientizar e informar a los clientes sobre los procesos que se aplica a los productos en la empresa (contenido) y el empaque el cual el cliente es quien debe dar l manejo adecuado para que vuelva a ser</p>	<p>la permanencia del orden y disciplina en los diferentes áreas y labores de la QUALA COLOMBIA S.A.</p> <p>Realización de campañas educativas (charlas) en instituciones educativas, empresas, centros deportivos, instituciones públicas y privadas para lograr cumplir con el objetivo de concientización de buen uso de los residuos de los productos (botellas y empaques)</p>	<p>Cada mes</p>	<p>Físicos: Áreas de trabajo Humanos: Colaboradores internos, y total personal de la empresa QUALA COLOMBIA S.A Técnicos: Computadores, informes.</p> <p>Físicos: Instituciones públicas y privadas Humanos: Profesional conferencista ambiental Técnicos: Video Bin, computadores, volantes con información alusiva al cuidado del ambiente y el uso adecuado de los</p>	<p>Número de personal de colaboradores</p> <p>Número total de clientes concientizados de diferentes entidades públicas y privadas.</p>	<p>cual se proporcione información de los aspectos positivos y negativos encontrados o aportados por parte de los colaboradores internos en los diferentes procesos de la empresa QUALA COLOMBIA S.A</p> <p>Mensualmente, mediante la incorporación de informe-acta con evidencias de las campañas realizadas en los diferentes entornos organizacionales de las regiones colombianas.</p>
--	---	--	---	-----------------	---	--	--

	<p>correspondiente de los productos y control de calidad de los mismos</p> <p>Proveedor externo: son responsables de entregar productos de calidad cumpliendo con todas las normas sanitarias, un precio razonable de los mismos, así como ser cumplidos con cada entrega ya que los productos deben satisfacer los requerimientos de los clientes.</p>	<p>reciclado y reutilizados.</p> <p>Integrar y socializar información por parte de proveedores para dar a conocer aplicación de RSE. A colaboradores de la organización de QUALA COLOMBIA S.A</p>	<p>Desarrollo de actividades de integración (reunión) en las cuales se conozca de primera mano procesos de RSE aplicados a los productos entregados por parte de los proveedores de la empresa para su procesamiento y consumo humano.</p>	<p>Cada Trimestre</p>	<p>residuos desechables de los productos.</p> <p>Físicos: Salón de eventos, QUALA COLOMABIA S.A Humanos: Colaboradores internos Técnicos: Video Bin, computadores, resma de papel, lapiceros, refrigerios.</p>	<p>Número total de proveedores integrados por parte de la empresa QUALA COLOMBIA S.A.</p>	<p>Trimestralmente, mediante la recolección de información obtenida en la reunión (recepción de información para análisis por parte de colaboradores y jefe)</p>
Social	<p>Comunidad: la comunidad en general la cual se ve beneficiada de cierta manera como lo es por la generación de empleo la venta de productos de buena calidad, así como la prevención e información de posibles daños ambientales (uso de sustancias prohibidas, gases con fuertes olores, etc.) que afecte a la salud de los habitantes, de igual manera estar</p>	<p>Integración de la comunidad en general con la empresa para hacer partícipes de las actividades y propuestas.</p>	<p>Realización de reuniones con juntas de accion comunal o líderes sociales de la zona para conocer sus dudas, propuestas en cuanto a las operaciones que maneja la empresa y conocer si la organización está aportando de manera positiva o negativa a los diferentes entornos de la región.</p>	<p>Cada semestre</p>	<p>Físicos: Salón de eventos, QUALA COLOMABIA S.A Humanos: Colaboradores internos Técnicos: Video Bin, computadores, resma de papel, lapiceros, refrigerios</p>	<p>Poblacion total de cada región del territorio donde la empresa QUALA COLOMBIA S.A realice operaciones productivas y comerciales.</p>	<p>Semestralmente mediante la incorporación de informe –acta en la cual quede como constancia de las posibles problemas encontraos o con los aportes que la ciudadanía pueda aportar a la empresa</p>

	prestos al dialogo para posibles soluciones cuando haya algún inconveniente.						
Ambiental	<p>Instituciones ambientales: son responsables de la regulación de cada una de las normas ambientales y de responsabilidad social para que la empresa se ajuste a cada norma como lo contempla la constitución de 1991, además que en cada producto que se cree, procese y distribuya debe estar aprobado y certificado por el Invima por ser productos masivos para consumo humano.</p>	Propiciar impactos positivos en los procesos de la empresa.	Realización de socializaciones para operar mancomunadamente para cumplir con la minimización de impactos negativos y convertirlos en positivos para la empresa y la sociedad.	Cada mes	<p>Físicos: Salón de eventos, QUALA COLOMABIA S.A</p> <p>Humanos: Directivos y total personal de la empresa QUALA COLOMBIA S.A, así como secretaria de salud, -Invima, - Minsalud, ministerio de ambiente y desarrollo</p> <p>Técnicos: Video Bin, computadores, resma de papel, lapiceros, refrigerios</p>	Total de la personal de entidades involucradas.	Mensualmente mediante la incorporación de informe –acta

5.2. Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders)

Tabla No. 4 Plan de Comunicacion

PLAN DE COMUNICACIONES			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
ECONOMICO	Fundador.	Diaria	Personal (vos a vos), E-mail, Teléfono, Celular, WhatsApp, Prensa, Internet, Revista.
	Personal Interno.	Diaria	Personal (vos a vos)
	Personal externo.	Diaria	Personal (vos a vos) E-mail Celular, WhatsApp, Panfletos, Volantes.
	Directivos internos.	Diaria	Personal (vos a vos) E-mail Teléfono, Celular, WhatsApp, Internet.
	Colaboradores internos.	Diaria	Personal (vos a vos) E-mail Teléfono, Celular, WhatsApp, Internet.
	Clientes externos.	Diaria	Personal (vos a vos) Teléfono, celular Radio-TV, Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, YouTube, Google) Prensa, Internet, Revista, Panfletos, Pendones, Vallas.
	Proveedor externo.	Semanal	Personal (vos a vos) E-mail Teléfono, Celular, WhatsApp, Internet.
SOCIAL	Comunidad.	Mensual	Personal (vos a vos) Teléfono, celular Radio-TV, Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, YouTube, Google), Prensa, Internet, Revista, Panfletos, Pendones, Vallas.
AMBIENTAL	Instituciones ambientales.	Mensual	Personal (vos a vos) Teléfono, Celular Radio-TV, Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, YouTube, Google) Prensa, Internet, Revista, Panfletos, Pendones, Vallas.

5.3. Modelo de informe de gestión recomendado

La neurociencia en la teoría de management resulta de vital importancia ya que la unión de especialistas en neurociencias y los empresarios s piensen acerca del mundo de los negocios, dentro del desarrollo del Neuromanagement se han desarrollado grandes descubrimientos sobre el funcionamiento del cerebro, ya que en la neurociencia los descubrimientos sobre el funcionamiento cognitivo emocional son de gran importancia para comprender el funcionamiento Del punto de vista tecnológico, el management continua trabajando en incrementar el compromiso de las personas, compromiso para mejorar el desempeño. (Braidot, 2007)

El ser humano como individuo pensante y racional cuenta con características y atributos especiales que los hace ser únicos en la tierra, capaces de tomar decisiones y actuar frente a los diferentes procesos y circunstancia que en el día a día de la vida en las sociedades se presentan, tanto en aspectos organizacionales, laborales, familiares, sociales y culturales dentro de todos los atributos presentes en el ser humano, por su naturaleza cuenta con una cualidad especial que es el de tener carácter, siendo la piedra angular, que propende en los individuos la capacidad de motivarse y guiarse por sí mismo, para el autor Néstor Braidot, en su libro Neuromanagement menciona sus emociones, de tal manera que para los individuos la aplicación del Neuromanagement permite establecer buenas decisiones, el desarrollo psicológico individual en la planificación y gestión de personal, mediante el desarrollo de acciones comerciales más efectivas.

(Braidot, 2007)

Además, según VALOR Y RÚA, (2007) “los ejes sobre los que debe girar una organización relacionada con la responsabilidad social son fundamentalmente:”

- “Facilitar la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones que les afecten”
- “Detectar y satisfacer preocupaciones de la sociedad por la actividad de la organización”
- “Recabar la evaluación de las partes interesadas respecto del desempeño e impacto económico social y ambiental como parte de su rendición de cuentas”

(Cedillo, 2015)

Es así que RSE no es el simple cumplimiento de la legislación, es un conjunto de estrategias , políticas y compromisos económicos , éticos sociales y medioambientales con la sociedad en la cual se integran en los procesos de gestión y desarrollo logrando generar confianza en la sociedad en general.

(Onu, 2015)

La RSE para QUALA COLOMBIA S.A debe incluir la RS a lo largo de su actividad organizacional, fomentando la responsabilidad social, la comunicación interna y externa, que sin duda alguna le permitirán a la empresa QUALA COLOMBIA S.A mantener una buena posición dentro de los mercados Nacionales, incorporando el liderazgo como su mayor potencia, así como tomar decisiones eficaces, propuestas creativas y productos innovadores.

Conclusiones

- Se diseñó un plan estratégico económico social y ambiental que permitió mejorar el uso del plástico y generar cultura sobre el medio ambiente para la empresa QUALA S.A, de la ciudad de Pasto.
- Se realizó un diagnóstico empresarial interno y externo de la empresa QUALA S.A, en la ciudad de Pasto en el área de económico social y ambiental.
- Se aplicó matrices de planeación estratégica de mercadeo que determino los indicadores que permitieron el desarrollo de QUALA S.A sobre el impacto medio ambiental.
- Se diseñó estrategias de responsabilidad económica social que permitieron identificar alternativas de mejoramiento a los procesos desarrollados en la empresa.

Bibliografía

<http://www.quala.com.co/colombia/nuestro-futuro/>

<https://www.youtube.com/watch?v=RBkYfjYMqNg&feature=youtu.be>

https://observatoriorsc.org/wpcontent/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_K.pdf

https://www.telefonica.com.ec/proveedores/pdf/Manual_para_Elaborar_Codigos_de_Etica_mpresarial.pdf

https://observatoriorsc.org/wpcontent/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf

https://www.fundacionadsis.org/sites/default/files/politicas_inversiones_financieras.pdf

Córdoba, P. M. (2011). Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá, CO: Ecoe Ediciones.

Pp. 105-175. Tomado

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?ppg=13&docID=10536346&tm=1480171108318>

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

Braidot, N. (2014). Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement. (pp. 28-35, 431-473). Tomado de

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

Braidot, N. (2014). Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones, capítulo 9. (pp.233-244). Editorial Ediciones Granica.

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3186030&tm=1510595750380>

ANEXOS

<https://www.powtoon.com/online-presentation/cRBOVQrdqun/copy-of-quala-marketing-social-y-corporativo/?mode=movie#/> (Enlace del vídeo que fue subido a YouTube)