



Plan De Responsabilidad Social Empresa Refrigeración Correa & Cardenas Ltda

Presentado por:

Yurany Lizeth Gomez

Sandra Belixe Sanchez

Carlos Andres Cabrera

Camilo Andres Berrios Lopez

Luis Eduardo Villegas -

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Administración De Empresas

Julio 2019



Plan De Responsabilidad Social Empresa Refrigeración Correa & Cardenas Ltda

Presentado por:

Yurany Lizeth Gómez

Sandra Belixe Sánchez

Carlos Andrés Cabrera

Camilo Andrés Berrios López

Luis Eduardo Villegas

Grupo 101008_20

Directora: Maria Erica Narvaez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Administración De Empresas

Julio 2019

Tabla De Contenido

Lista de tablas

Lista de gráficas

Resumen

Abstract

Palabras clave

Introducción

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

1.2 Objetivos Específicos

2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Empresa Correa & Cárdenas Ltda.

2.1 Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)

2.2 Evaluación de desempeño

2.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

3. Código de Conducta

3.1. Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción

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

3.3 Código de conducta propuesto

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

4 Stakeholders

4.1 Breve descripción de los Stakeholders

4.2 Breve descripción de la matriz de relaciones Influencia vs Impacto

5. Plan de responsabilidad social empresarial

5.1 Plan sobre comunicaciones para los interesados (stakeholders)

5.2 Modelo de informe de gestión recomendado



6. Conclusiones
7. Bibliografía
8. Anexos (Enlace del vídeo que fue subido a YouTube)



Lista De Tablas

Tabla 1: Formato de evaluación Impacto empresa Refrigeración Correa y Cárdenas Ltda .16

Tabla 2: Plan de responsabilidad social empresarial empresa refrigeración Correa & Cárdenas

..... 36

Tabla 3: Plan de comunicaciones.....38



Lista De Graficas

Ilustración 1 Modelo cuarto frio	14
Ilustración 2: Cadena de Valor	19
Ilustración 3: Mapa Stakeholders.....	33
Ilustración 4: Matriz de relaciones Influencia Vs Impacto	34



Resumen

Refrigeración Correa y Cárdenas Ltda. Busca a través del plan de responsabilidad social el progreso de comunitario o social, ambiental y económico, con el fin de mejorar su competitividad. La gestión responsable se debe hacer con conocimiento permitiendo promover los beneficios sociales y los objetivos de la empresa.

Aplicando la RSE, la empresa apunta hacia el desarrollo sostenible, con el fin de encontrar un punto de igualdad en el desarrollo económico, el bien social y natural.

Es por eso, que las organizaciones que aún no manejan una responsabilidad social adecuada, deben enfocar sus esfuerzos para ser una empresa que aporte al desarrollo sostenible y social, de esta manera tener la posibilidad de crear alianzas estratégicas de mercado con empresas que tengan la misma visión.

Actualmente la comunidad en general tiene muy en cuenta el aporte de las organizaciones a la protección de sus intereses y del medio ambiente, es por esto que Refrigeración Correa y Cárdenas debe apuntar hacia los objetivos sociales identificando y documentando el enfoque a aplicar y de esta manera conocer el impacto económico, ambiental y social que se está creando.



Abstract

Este proyecto parte del proceso de selección de la Empresa Correa & Cárdenas Ltda. Empresa familiar con experiencias y acercamientos, de la cual se comprendió la gran participación de los procesos de refrigeración en la industria y en los hogares; como también la insuficiencia de dichos sistemas, lo cual conlleva a determinar un tiempo de vida útil de cada refrigerador, aire acondicionado, entre otros, para la preservación de alimentos, carnes y otros que necesiten de conservación a base de bajas temperaturas.

El plan de responsabilidad social de Refrigeración Correa y Cardenas busca lograr un impacto social, económico y ambiental positivo, aplicando los conceptos aprendidos y aportando a la sociedad en aspectos como la generación de empleo, el bienestar de la comunidad y el crecimiento económico del sector.

Palabras Clave

Conducta: “La forma como la gente se da a conocer en su forma de actuar” (RAE.es, 2019)

Stakeholders: Es todo lo relacionado con las personas y organismos que intervienen en el manejo de una compañía

Influencia: Injerencia que se puede tener sobre otras personas para llegar a un objetivo (RAE.es, 2019)

Plan: “Intención, proyecto” (RAE.es, 2019)

Modelo: “Es una guía de referencia exitosa” (RAE.es, 2019)

Empresa: “Organización que se puede dedicar a diferentes actividades como la industria, servicios o mercantil” (RAE.es, 2019)

Gestión: “Llevar adelante una iniciativa o un proyecto” (RAE.es, 2019)



Introducción

Planificar las comunicaciones en la empresa Refrigeración Correa & Cárdenas Ltda. Es sustentar el proceso al día en la información adecuada y oportuna. El impacto de mejora resalta y documenta la proyección que se requiere implementar para establecer un canal de comunicación con los interesados de una manera integral.

La Información debe ser clara, para el crecimiento de la compañía y el entorno social, hay que responsabilizar tanto al gobierno, contratistas y los propios afectados.

Colombia, igual a los países suramericanos, basan su economía en sectores los cuales se encuentra el sector de elaboración y arreglo de refrigeradores, se encarga de la producción de alimentos y otro tipo de productos a nuestros clientes, unidades equipadas con compresores y aplicaciones bajas, medias y altas temperaturas. Unidades alto rendimiento frigorífico un mejor manejo de los tipos de productos y preservar la calidad.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan para la empresa seleccionada, que tenga herramientas claras para los momentos de decisiones.

Objetivos Específicos

- Calcular el desempeño de la compañía seleccionada.
- Definir las inversiones de la empresa.
- Aplicar herramientas básicas para la toma de decisiones correcta.
- Identificar objetivos para tener una estructuración del plan de responsabilidad.
- Establecer estrategias para el cumplimiento con los clientes.



2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial:

En la compañía Refrigeración Correa & Cárdenas Ltda se tiene un enfoque de RSE hacia las dimensiones sociales, económicas y ambientales. Es importante que esta gestión se oriente hacia el equilibrio entre los beneficios esperados por la empresa y a su vez mejorando el entorno las condiciones comunitarias.

En este sentido, las actividades primarias que realiza la compañía como son la refrigeración, mantenimiento y reparación de maquinaria deben cumplir exigido por la ley ya que tienen que ser amigables con el medio ambiente, cumplir con el objetivo para los que son comercializados y ante todo la satisfacción del cliente, así se contribuye a la conservación de todos nuestros recursos y evitar el desperdicio y la mala disposición de los productos de desechos.

Refrigeración Correa y Cárdenas Ltda.

Dirección: Carrera 4 N 13 - 20

Barrio: Santa Matilde

Teléfono: 8254432 / 3123977099

Madrid (Cundinamarca)

Gerente o propietario

Hugo Armando Correa Cárdenas

Actividad Económica

Expertos en mantenimiento, instalación y reparación de equipos de aire acondicionado y refrigeración.



2.1 Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)

Determinando la relevancia del tema nos enfocamos en presentar el proyecto de la compañía que sea la más adecuada desde una base altamente calificada, incorporando sistemas de refrigeración y mantenimiento que estén a la altura con las necesidades que la industria mencionada requiere y optimizar todos los equipos ya instalados, con esto se evitara el desperdicio de grandes cantidades de productos perecederos y será un aporte para que este sector siga creciendo con el correr de los años.

Misión

Enfoque en la creación de soluciones alternativas para ayudar en el sostenimiento de nuestros recursos ambientales

Visión

Ser la compañía foco en lo correspondiente con alternativas de control de aire acondicionado y refrigeración

Valores:

- **Orientación al cliente:** Disfrutar generando los recursos necesarios para mantener a los clientes, seguros, eficientes y rentables, creando, diseñando y fabricando soluciones de valor a través de la innovación
- **Humildad:** Dar lo mejor reconociendo nuestras debilidades
- **Innovación y creatividad:** Tener la capacidad de crear e idear algo nuevo y original.
- **Trabajo en Equipo:** Lograr un objetivo en común
- **Eficiencia:** Tener claro podemos ser los mejores
- **Voluntad de aprendizaje y espíritu de mejora:** Actuar con honestidad para generar confianza
- **Responsabilidad:** cumplimiento de las obligaciones dar lo mejor a los clientes.



En un mantenimiento de equipos de refrigeración la finalidad es analizar las fallas que pueden incidir en lo relacionado con el buen funcionamiento en los equipos, se examinarán periódicamente para que no se vea afectado su desempeño.

La forma en la se realiza es la siguiente: Se hace un cronograma con citas programadas, se analizan los equipos refrigerantes, la información recopilada es archivada en carpetas por cada cliente.

Departamento de Administración y finanzas

Administración Gestión administrativa inherente a esta compañía, la desempeñan 3 supervisores Administrativos

Personal El Área de personal es dirigida por 1 **maestro industrial** que lidera las siguientes divisiones:

- División Reparaciones sencillas.
- División de instalación-Mantenimiento -Reparación Climatización.
- División de instalación -Mantenimiento -Reparación frio Industrial
- División de instalación -Mantenimiento -Reparación Hostería

Departamento de Comercialización

Este departamento consta de tres operarios, son empleados, altamente seleccionados y calificados, expertos en atención al cliente.

Ilustración 1 Modelo cuarto frio

Figura 1. Modelo preliminar de un cuarto frío



Estos cuartos fríos son equipos refrigerantes de grandes dimensiones que favorece el almacenamiento de manera más estructurada.

Ventajas de generar mayores dimensiones en la zona refrigerada

- Optimización de los recursos actuales lo que se refleja en poca inversión.
- Planes de crecimiento para adecuaciones de nuevas áreas.
- Tener amplio conocimiento de cada tipo de cliente para así brindarle beneficios económicos y técnicos.

Le entregamos a nuestros clientes un servicio especializado en todo lo que concierne a equipos de refrigeración siempre enfocados en el cuidado de la naturaleza adicional logramos reducir las fallas para prestar un mejor servicio y brindarle ahorro a estas compañías.

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

Tabla 1			
Formato de evaluación Impacto empresa Refrigeración Correa y Cárdenas Ltda.			
Problema		Impacto	Prioridad atención (alta, media, baja)
Económico	Interno: Optimizar los recursos y áreas actuales	Estos cuartos fríos son equipos refrigerantes de grandes dimensiones que favorece el almacenamiento de manera más estructurada Ventajas de generar mayores dimensiones en la zona refrigerada	Alta
	Externo: Reducción de costos.		
Social:	Interno: Difundir redes sociales	Contribución a las familias de escasos recursos	Media
	Externo: Planes de crecimiento para adecuaciones de nuevas áreas.		

Ambiental:	Interno: Fabricante de herramienta y el proveedor integral de servicios y soluciones de fácil acceso.	Le entregamos a nuestros clientes un servicio especializado en todo lo que concierne a equipos de refrigeración siempre enfocados en el cuidado de la naturaleza adicional logramos reducir las fallas para prestar un mejor servicio y brindarles ahorro a estas compañías.	Alta
	Externo: Conocer las opciones disponibles para cada cliente.		

2.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

La RSE es la práctica más adecuada de crecimiento que tienen hoy en día las compañías que quieran tener éxito económico, social y ambiental.

En un mantenimiento de equipos de refrigeración se entiende que hay que analizar prevenir y si es necesario reparar los dispositivos, teniendo en cuenta un plan estructurado para el desarrollo de esta labor determinando los niveles de durabilidad establecidos.

La forma en la que se realiza es la siguiente:

Se cuenta con un número determinado de clientes a quienes se les debe prestar periódicamente el servicio de mantenimiento en maquinaria de refrigeración que es común para cada uno de ellos,



realizar el análisis académico a las máquinas que se les debe hacer mantenimiento en el total de los clientes fijos con mantenimientos periódicos.

En cuanto al mantenimiento, los repuestos tienen un costo promedio definido de la siguiente manera, para el tipo de una maquina tiene un costo promedio. Los técnicos disponibles son el número de máquinas las cuales se les debe realizar el mantenimiento para la máquina. Por políticas de la empresa, al final del periodo de mantenimiento se deben haber utilizado repuestos disponibles.

Los dueños y socios de las compañías exitosas son conscientes que tienen una gran responsabilidad y a su vez una oportunidad de ser mucho más competitivos, escalar económicamente y ser una marca reconocida por su manejo ambiental.

Por eso es importante que las compañías sigan teniendo en cuenta que es mas importante el bien común que el individual y que a mediano y largo plazo les traerá grandes dividendos no solo como industria si no como marcas amigables al planeta.

Modelo gerencial seleccionado

Modelo para la competitividad: Michael E. Porter, nos presenta herramientas y escenarios que ayudan a los empresarios a orientar esfuerzos hacia el cumplimiento de sus objetivos, en el caso de la empresa Refrigeración Correa y Cardenas Ltda, se trata de generar una estrategia que ayude a hacer la transición a la madurez.

EL modelo de las cinco fuerzas de la competencia ayuda a identificar los factores relevantes como son:

- Amenaza de nuevos competidores
- Nivel de negociación de los compradores y proveedores

- La competencia entre el gremio.

Michael E. Porter (2015), nos habla de la ventaja competitiva como el valor que una empresa crea hacia sus clientes. La empresa puede ofrecer precios más bajos que la competencia y un buen servicio, creando un punto de referencia para las personas.

Michael E. Porter (1997) define la estrategia de “Cadena de Valor”, en la cual se articulan procesos internos de la compañía para tener ventajas ante mis competidores: diseño, producción, comercialización y distribución de productos y la relación estrecha con los proveedores, para llegar a generar valor, el cual consiste en la utilidad y garantía que se entrega a sus clientes a través del producto final.

A continuación se presenta la cadena de valor de Refrigeración, Correa y Cardenas Ltda:

Ilustración 2: Cadena de Valor



Actividades Primarias	Actividades de Apoyo
<ul style="list-style-type: none"> • Logística Interna: La planta de almacenamiento, Comprende las actividades: recepción, almacenamiento y distribución de materias primas y materiales (herramientas y máquinas que se adquieran, insumos para reparación y mantenimiento de las máquinas). Incluye actividades de recepción de documentación, ingreso y registro de materias primas y otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura de la empresa: Son las actividades que permiten la continuidad del negocio: Estrategia del departamento de ventas, gestión del área financiera, contable, compras, jurídica, entre otras.
<ul style="list-style-type: none"> • Operaciones: incluye el área de: mantenimiento y reparación. Compra de materia prima y material, gestión de las órdenes de trabajo de pedido que realizan los clientes, se encarga del control de calidad y garantiza el uso de los elementos de protección personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos Humanos: Realiza todos los procesos de reclutamiento y selección de personal, así como la capacitación, implementa planes de bienestar, mediciones de desempeño y clima organizacional, se encarga del provisión de dotación según el área y cargos.
<ul style="list-style-type: none"> • Logística Externa: Planifica las rutas de mantenimiento y reparación y provisiona el recurso que se requiere para cumplir su cumplimiento, realiza el seguimiento y cumplimiento de las mismas. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Mercadeo y Ventas: Planifica y ejecuta la estrategia y metas, realiza estudios de mercado y de tendencias, se encarga de diseñar planes y promociones, publicidad que conlleven al cumplimiento de los indicadores del área. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la tecnología: Se encarga de planear y desarrollar innovación tecnológica, adaptando los sistemas de información a plataformas web, de manera que se esté la vanguardia y se llegue a más segmentos de clientes.
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios: Se encarga de la atención y cuidado del cliente, esto incluye: líneas de atención al cliente, gestión portal web, manejo de queja, atención postventa y mediciones de satisfacción de clientes por los medios y herramientas dispuestas por la compañía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovisionamiento o servicios administrativos: Se encarga de aprovisionar elementos de infraestructura como, sillas, mesas, computadores, materia prima, papelería, adecuación las oficinas, gestión de pago de servicios públicos y proveedores, lo cual garantiza los elementos básicos de funcionamiento de la organización.

MARGEN

3 Código de Conducta

3.1 Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción

Para este paso se ha elegido la guía propuesta por Kant, ética kantiana para diseñar el código de ética empresarial.

La ética kantiana pilar del código de ética Empresarial

En las formulaciones de la Ética kantiana se dice que:

- ✓ Las decisiones éticas buscan sobre todo el bienestar de la totalidad de los sujetos.
- ✓ Busca, por encima de las particularidades y de las subjetividades, un principio de universalidad en el que todas las personas sean tratados por igual, eliminando los intereses individuales que en últimas en ocasiones no son acordes con lo que requiere una sociedad justa y equitativa.

Entorno a ello, las empresas deben entablar sus objetivos pensando en el bienestar de todas las partes, siendo imperante el establecimiento de un código de ética que den forma a la actividad empresarial y que oriente la toma de decisiones y sus impactos en la sociedad

A partir de lo anterior se deben plantear los siguientes cuestionamientos:

- ✓ **¿Qué es la Ética?**

La ética como raíz de la moral dicta las reglas del comportamiento humano en la sociedad, la ética nos aproxima al sentido justo de la vida, nos da una idea de cómo vivir de manera justa,

pues si hacemos el bien, estaremos haciendo uso de valores como la bondad, pero si hacemos algo malo seremos catalogados como malas personas y seremos vistos como algo malo para la sociedad.

✓ **Importancia de la ética en los negocios**

Busca tener un compromiso de respeto con sus asociados, empleados, clientes, proveedores, acreedores y con el estado, la práctica de la ética contribuye a que haya lazos de confianza y credibilidad, logrando clientes satisfechos y conservando los derechos de todas las partes que intervienen.

✓ **¿Que en un código de ética?**

Son unos parámetros establecidos de normas que se diseñan para dirigir el comportamiento de los colaboradores en una organización, deben ser una guía de buena conducta para todos los directores y empleados de la empresa.

Es una herramienta que pretende orientar la acción de conducta correcta dentro y fuera de la organización afianzando valores como la veracidad y la transparencia generando cultura en la organización y reputación corporativa que facilitan el alcance de los objetivos económicos y sociales de manera más eficiente. La implementación del código de ética empresarial debería incluir las siguientes tres fases:

✓ **Sensibilización sobre la pertinencia de un código de ética empresarial:**

Se debe tratar de persuadir y concientizar e inspirar a los trabajadores hacia las buenas prácticas de valores humanos, a partir de allí se puede crear valor en las actuaciones positivas de las personas lo que al formularse y compilarse conforman el código de ética.

✓ **Construcción del código de ética empresarial:**

Se debe trabajar a través de grupo focales, apelando a los derechos fundamentales como guía para vivir en paz y armonía.

Se debe tener en cuenta la estructura propuesta en la guía Kantiana, que comprende:

- Introducción al código de ética.
- Antecedentes
- Objetivos
- Alcance
- Lineamientos éticos generales
- Relación con clientes y consumidores
- Relación con proveedores
- Política de regalos
- Relación con la competencia
- Relación con los colaboradores
- Conflicto de interés
- Información Confidencia
- Protección de activos
- Política de seguridad
- Política de austeridad
- Respeto por las leyes y el medio ambiente
- Gestión del código

✓ **Difusión del código de ética empresarial.**

Se debe hacer a través de los medios dispuestos para las comunicaciones dentro de la organización, acudir a encuestas, capacitaciones.

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

A continuación, se listan las principales guías e iniciativas:

- Declaración Fundamental de los Principios y Derechos en el Trabajo de 1998 de la Organización Mundial del Trabajo de acuerdo con la ley nacional y sus prácticas: Establece claramente que estos derechos son universales y que se aplican a todas las personas en todos los países - independientemente del nivel de desarrollo económico.
- Constitución política de Colombia de 1991: Artículo 1. Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.
- Constitución política de Colombia de 1991: Artículo 25 El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas.
- Normas ISO 26000: Proveen a las empresas, el gobierno y la sociedad de herramientas prácticas en las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, ambiental y social.

Es una guía acerca de la responsabilidad social, que orienta hacia las mejores prácticas en esta temática, aplicables a nivel mundial tanto en el sector público como privado.

- La Ley 1581 de 2012 se expidió el Régimen General de Protección de Datos Personales.
- Ley 1.474 Estatuto Anticorrupción de Colombia, la cual contiene medidas administrativas dirigidas a prevenir y combatir la corrupción.
- Decreto 780 de 2016, Decreto Único Reglamentario del Sector Salud y Protección Social.
 - Iniciativa de eco etiqueta de Energy Star, etiquetado ecológico, es un emblema que significa consumo eficiente de energía. Es un programa que promueve el tratamiento e introducción de productos eficaces desde el punto de vista energético, enfocados en combatir el cambio climático y otros problemas ambientales.

3.3. Propuesta Código de conducta de la empresa seleccionada



CODIGO DE CONDUCTA Y ETICA EMPRESARIAL

Trabajo de los colaboradores de la Empresarial Refrigeración Correa & Cárdenas Ltda. es una guía de comportamiento, para ayudarnos a adoptar conductas que nos permitan presumir que propendamos por el buen mantenimiento y funcionamiento. Este Código nos lleva a fomentar la generación de cumplimiento valor de forma responsable con objetivos claros en todo momento con principio inspirador del actuar.

- o Respeto
- o Integridad
- o Lealtad
- o Responsabilidad
- o Espíritu emprendedor

CODIGO COMPARTIDO

Los empleados pueden expresar en empresa de Refrigeración Correa & Cárdenas Ltda. las directrices establecidas independientemente deben expresar opiniones de mejora abiertas al jefe directo, jefe de gestión humana y al gerente de la empresa en el evento en que por alguna circunstancia existiera.

COMPROMISOS

Respeto a las Leyes locales e internacionales aplicar y orientar sobre el particular exigir y velar porque se cumplan.

CONDUCTA Y ETICA EMPRESARIAL EN EL MARCO DE LA COMUNIDAD

Respetar los derechos de los trabajadores, promover la protección de los derechos laborales e integrar todas las prácticas tendientes a garantizar el respeto a la Comunidad.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Tener como política pago a los empleados, identificar y evaluar los riesgos asociados a la salud y seguridad de los colaboradores, proveedores, clientes y personas locales generados en la ejecución de actividades, así como la realización de procesos de seguimiento y auditoría para verificar el cumplimiento de procedimientos seguros. Llevamos a cabo acciones para capacitar de manera previa a todas aquellas personas que ingresan a la planta e instalaciones, sobre los riesgos inherentes a la ejecución de trabajos en las mismas, así como sobre la manera de prevenir su materialización y cuál debe ser el uso adecuado de las herramientas de protección y velar por la seguridad de la comunidad de nuestro alrededor.

DIMENSION AMBIENTAL

Cumplir en todo momento la ley, normas y regulaciones ambientales.

Reciclamos, eliminación de residuos, disminución de energía, agua y contaminación del aire.

Trabajar con materiales que contribuyan a un ambiente sostenible.

DIMENSION SOCIAL Y APOYO A COMUNIDADES SOCIALES

Compromiso a la sociedad y asociación por el cumplimiento de los derechos humanos en los trabajadores y las sociedad civil .

PROTEGER EL CAPITAL HUMANO Políticas de salud y seguridad en el trabajo, respeto mutuo, confianza.

COMPROMISO CON LOS EMPLEADOS Selección de personal, experiencia que cubre todas las actividades que deben ser aplicadas en todos los procesos administrativos involucren compromiso con talento humano, técnicas financieras para el desarrollo seguro de cada operación, formación continua.

SEGURIDAD En el trabajo cumplir con todos los elementos de protección para no tener accidentes, formación continua y participación.

Identificar riesgos en cada trabajo

SALUD EN EL TRABAJO

Es necesario reducir enfermedades en el trabajo, personal sano contribuye al éxito empresarial en Refrigeración Correa y Cárdenas LTDA.

Fomentar la libertad individual con normas y leyes de expresión.

MANEJO CORPORATIVO

Directores tiene acceso a la empresa y estar actualizando la pagina web de la empresa fomentar la libertad individual con normas y leyes de expresión.

Controles internos y contabilidad.

Rendición de cuentas a quien lo requiera

Reportar informes financieros y contables con almacenamiento de la información.

CONDUCTA EMPRESARIAL

NUESTROS CLIENTES

Relaciones a largo plazo y alta calidad

PROVEEDORES

Selección de buenos proveedores que aporten calidad y buen precio.

CONDUCTA PERSONAL DE LOS EMPLEADOS

Cumplimientos de leyes centrados en la eficiencia y colaboración.

Trabajadores abiertos a la innovación

CONFLICTO DE INTERES

Deben comunicar al gerente de manera inmediata hay que velar por los intereses de la empresa.

FRAUDE

Conducta ilegal que vayan en contra de la ética.

No se puede tener ventajas para el empleado o la empresa.

Disciplinas mas graves de la empresa Refrigeración Correa y Cárdenas LTDA.

DONACIONES A LA COMUNIDAD

Solo deben realizarse con la autorización del gerente de acuerdo a la necesidad.

DROGAS ILICITAS Y ALCOHOL

Prohibición y distribución en jornadas laborales.

CUSTODIA Y MANTENIMIENTO DE LOS ACTIVOS

Refrigeración Correa y Cárdenas Ltda. cuenta con herramientas y equipos exclusivos para el uso de la empresa en caso de elaboración y mantenimiento a signados y inventariados en caso deterioro alteración, pérdida o robo se debe informar al jefe de área.

TEGNOLOGIAS DE INFORMACION

Solo se deben utilizar los equipos en la empresa para el buen funcionamiento de la misma.

INFORMACION CONFIDENCIAL

Información financiera y contable de la empresa Refrigeración Correa y Cárdenas Ltda. debe mantenerse en reserva.

Debe ser confidencial cuando el empleado ya no trabaje con la empresa.

COMO INFORMAR CONDUCTAS IMPROPIAS

Personal debe actuar bajo el siguiente código mientras que permanezca empleado.

No deberá acatar conductas impropias.

INFRACCIONES DEL CODIGO

Cualquier infracción al código de conducta y ética de la empresa se someta a consideración del jefe de área.

AUDITORIA INTERNA

Realizar evaluaciones internas al personal que labora sobre el código de conducta y ética.

INFORMAR SOBRE CONDUCTAS IMPROPIAS

Expresar lo que se observa sin temor alguno y ser recriminado.

Realizar las respetivas investigaciones verificar la infracción.

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

Se define la viabilidad a través del estudio financiero que comprende la identificación de los costos, gastos e inversión que intervienen en la implementación del código de conducta.

El análisis financiero es instrumento fundamental para determinar los criterios, beneficio y esfuerzos que se requieren para tomar la decisión correcta, determinando los riesgos y los costos que realmente se deban asumir para el logro del objetivo de implementación del código de ética en la compañía.

ESTUDIO
Proyecto para la implementación del Código de conducta de la compañía Refrigeración Correa y Cardenas Ltda.

INVERSION EN OBRAS FISICAS- Adecuación sala de Capacitación			
DETALLE DE INVERSION	CANTIDA D	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Pintura de sala capacitación	1	\$ 110.000	\$ 110.000
Iluminación sala	4	\$ 60.000	\$ 240.000
Mano de obra por contrato	1	\$ 120.000	\$ 120.000
Total			\$ 470.000

MAQUINARIA Y EQUIPOS				
DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL (años)
Aire Acondicionado	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	5
Total			\$ 1.200.000	

INVERSIÓN EN MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS DE ADMINISTRACIÓN				
DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL (años)
computador	1	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000	5
Video Beam	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	5
impresora	1	\$ 420.000	\$ 420.000	5
Escritorios	2	\$ 100.000	\$ 200.000	10
Sillas	30	\$ 90.000	\$ 2.700.000	10
extintores	2	\$ 90.000	\$ 180.000	10
Total			\$6.750.000	

COSTO MANO DE OBRA	
CARGO	REMUNERACIÓN MENSUAL
Auditor Externo	\$5.000.000
Capacitador	\$1.000.000
total	\$6.000.000

COSTO DE SERVICIO	
SERVICIO	TOTAL MENSUAL
Energía Eléctrica	200.000
Mantenimiento Equipo	150.000
Arrendamiento	500.000
Internet	200.000
TOTAL	\$ 1.050.000,00

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS		
SERVICIO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
Papelería	1	\$ 400.000,00
Aseo y cafetería	1	\$ 750.000,00
Servicios Administrativos	1	\$ 450.000,00
TOTAL		\$ 1.600.000,00

Total Costos y Gastos	
Ítem	VALOR
INVERSION OBRAS FISICAS	470.000
	\$
MAQUINARIA Y EQUIPOS	1.200.000
INVERSIÓN EN MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS DE ADMINISTRACIÓN	6.750.000
	\$
COSTO MANO DE OBRA	6.000.000
	\$
COSTO MANO DE OBRA	1.050.000
	\$
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.600.000
Total	17.070.000

4. Stakeholders

Ilustración 3: Mapa Stakeholders



4.1 Breve descripción de los Stakeholders (incluir el Mapa genérico de Stakeholders con la respectiva explicación ampliada)

Externos

Gobierno: Quien Administra y dirige es responsable de entorno político, social y de seguridad

Proveedores: Quienes se encargan de componentes indispensables como materia prima vital para la compañía.

Bancos: Quienes suministran apoyo económico y crediticio para ayudar en las inversiones y crecimiento de las empresas

Sociedad: Es todo lo relacionado con el aspecto comunitario que rodea la compañía

Clientes: El eslabón más importante en esta cadena, quien mantiene las empresas adquiriendo nuestros productos y servicios.

Internos

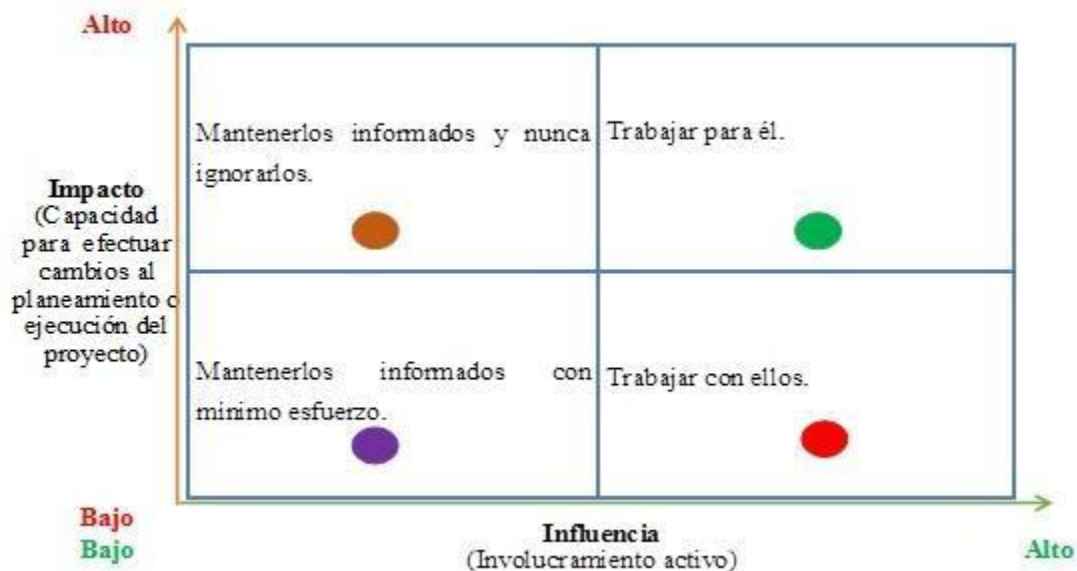
Propietarios: Dueños de las compañías quienes invierten y deciden las ordenes definitivas.

Gerente: Quien dirige, gestiona y administra la empresa.

Funcionarios: El recurso indispensable de toda organización, quien ayuda a posicionar las compañías con su esfuerzo.

4.3 Breve descripción de la matriz de relaciones Influencia Vs Impacto

Ilustración 4: Matriz de relaciones Influencia Vs Impacto



- Mantener actualizados balances internos generales de la empresa a los **inversionistas**, para que puedan tomar directrices que proyecten un futuro mejor y sostenible para todos.
- Capacitar a los **funcionarios** es un aspecto relevante dentro de la empresa, pero no requiere de muchos recursos para poder lograrlo, es un estímulo adicional que permite un proceso formativo de cada empleado en el desempeño de sus funciones.
- Los **clientes** son los actores externos más importantes, ya que son la materia prima del negocio y por ende se deben buscar alternativas que permitan fidelizarlos con la marca. Entre ellos ofrecerles beneficios en precios y asesoría personalizada.
- El mantener satisfecha a la **comunidad** no es una prioridad para la empresa, ya que existen métodos poco complejos de ejecutar y que pueden brindar un equilibrio en este actor externo de la empresa. Están las convocatorias de empleo y patrocinios.

5. Plan de responsabilidad social empresarial

5.1. Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders)

Tabla 2

PLAN DE RSE REFRIGERACIÓN CORREA & CÁRDENAS

Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económica	Ejecutivos	*Búsqueda de nuevos clientes potenciales dentro de la zona, que requieran de los servicios que brinda la compañía.	Plan general de marketing, que requiere la inversión de recursos, que permitan hacer llegar el nombre de la organización en nuevas empresas y de esta manera entablar nuevas relaciones comerciales.	6 meses	Insumos para elaborar la publicidad, equipos electrónicos para utilizar medios como internet, redes sociales, teléfono y radio. Factor humano para el desarrollo de estas actividades.	Variación porcentual en cuanto a la cantidad de clientes activos de la compañía.	Mensual
	Inversionistas	*Maximizar la inversión en maquinaria amigable con el medio ambiente.	Invertir recursos en tecnología de vanguardia para obtener ampliar la producción y así ampliar la planta de personal con el fin de expandir el mercado.				
	Clientes	*Ampliar la planta de personal con el fin de brindar un mejor servicio y expandir el mercado internacionalmente.					

<p>Social</p>	<p>Funcionarios</p>	<p>*Formación interna de sus empleados con el fin de incentivarlos académicamente, y así puedan desarrollar y aplicar todo lo aprendido.</p> <p>*Realizar campañas de salud con el fin de garantizar el bienestar de los funcionarios.</p>	<p>Alianza con el SENA, en el cual mediante una oferta cerrada, los funcionarios puedan iniciar un proceso académico de tipo técnico, tecnológico. De esta manera obtener un reconocimiento formativo.</p> <p>Programar con una reconocida clínica una feria de la salud donde se ofrezca revisiones medicas gratuitas a los funcionarios y sus familias.</p>	<p>1 año (duración del título)</p>	<p>Salón de actividades, equipos de cómputo y oficina. Personal docente del SENA para inicio de proceso formativo.</p>	<p>Porcentaje de eficiencia mensual de los funcionarios, en el cual debe disminuir el margen de error.</p>	<p>Mensual</p>
<p>Ambiental</p>	<p>Comunidad</p>	<p>Ahorro y conservación de recursos ambientales en las labores realizadas cotidianamente.</p> <p>Favoreciendo la calidad de vida de la comunidad aledaña.</p>	<p>Creación de campaña en ámbitos interno y externo, el cual incentive al cuidado de los recursos que nos brinda el medio ambiente.</p>	<p>3 meses</p>	<p>Personal humano capacitado, material reciclado, empresa aliada en prestación del servicio durante campaña.</p>	<p>Reducción de los niveles contaminantes dentro de la comunidad.</p>	<p>Mensual</p>

5.2 Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders) tanto internos como externos.

Hoy día es de vital importancia que las organizaciones cuenten con una buena comunicación, puesto que ello facilita la transferencia y comprensión de la información, no solo entre colaboradores sino con sus jefes, aliados y clientes.

A través del siguiente plan de comunicaciones Refrigeración Correa y Cárdenas Ltda. da alcance a todas las dimensiones involucradas, integrándolos en la RSE que promueve y se difunde por los siguientes medios:

Tabla 3			
Plan de comunicaciones			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económica	Ejecutivos	Diario	Impreso
	Inversionistas Clientes		
Social	Funcionarios	Diario	Internet
			Radio Teléfono
Ambiental	Comunidad	Semanal	Presencial



5.2 Modelo de informe de gestión recomendado

En cuanto a la Gestión Integral de la RSE conviene recomendar la guía ISO 26000, la cual aplica para todo tipo de empresas públicas o privadas, puesto que la compañía Refrigeración Correa y Cárdenas Ltda. Tiene dentro de sus actividades la instalación, mantenimiento y reparación especializada de maquinaria y equipo y ello conlleva a generar estrategias que permitan gestionar de manera transversal y eficiente su compromiso de RSE.

Así mismo, es preciso recomendar aspectos específicos de la ISO 9001, Sistema de gestión de calidad, en la cual se tocan temas la satisfacción de los clientes a través de los productos y servicios ofrecidos, como afrontar los riesgos y trabajar basándose en las oportunidades asociadas al mercado.



Conclusiones

- La implementación del RSE genera un compromiso para todos los actores que intervienen internos y externos, se debe tener claro que los objetivos y metas pueden generar más tiempo en ser alcanzados de lo previsto, pero al final los frutos se verán reflejados en la parte Económica, organizacional, social y la más importante la ambiental.
- Tener un excelente desarrollo de la RSE nos ayuda a generar riquezas fortalecer la empresa y tener satisfechos nuestros clientes, contamos con unos stakeholders para el desarrollo dentro y fuera de la empresa y el compromiso de todos nuestros colaboradores con el fin de cumplir los objetivos
- Con el plan de responsabilidad social implementado por Refrigeración Correa y Cárdenas LTDA se puede generar una mayor lealtad por parte de los clientes, generación de sentido de pertenencia por parte de los funcionarios y una gran valoración de la imagen de la empresa, sin olvidar ampliar la sostenibilidad de la empresa a largo plazo.
- Gracias a la elaboración del plan de responsabilidad social, se consiguió identificar variables que no se tenían en cuenta en periodos anteriores. Esto ocasionaba retrasos en los procesos administrativos y operativos, los cuales no eran identificados. Con esta herramienta, se pueden mitigar estos factores, y se obtiene un recurso que mejorará la productividad general de la empresa Refrigeración Correa & Cárdenas Ltda.
- Con la realización de este trabajo se comprendió que las pequeñas y grandes acciones que se generen a través de la implementación de planes de RSE brindan grandes beneficios tanto a las generaciones presentes que disfrutan de ambientes más sanos, productos elaborados bajo la ética empresarial y clientes mas satisfechos.

Referencias Bibliográficas

- <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/5196/T12.08%20N74r.pdf?sequence=1>
- <https://www.ilo.org/declaration/lang--es/index.htm>
- https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/marcos-regulatorios/ley-1474-estatuto-anticorrupcion-de-colombia>
- <http://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=77813>
- https://www.cla.canon.com/cla/es/environment_community/environmental_commitment/epa_energystar
- https://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf
- http://www.minvivienda.gov.co/Documents/Sobre%20el%20Ministerio/Sistemas-de-Gestion/NTC_ISO_9001_2015.pdf
- www.refrigeracioncyc.com/
- www.revistas.univalle.edu.co
- Solano, L. (2008). Fundamentación lógico-formal de la responsabilidad social corporativa. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.10232433&lang=es&site=eds-live>.
- De Paula, G., Ferraz, J. & Núñez, G. (2006). CEPAL. Gobernabilidad corporativa, responsabilidad social y estrategias empresariales. (pp. 22-46). Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1942/1/S309213P324_es.pdf.
- 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>.

- 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>
- 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>.
- 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.
- Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Editorial ECU. (pp. 193-228). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>.
- 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>
- Braidot, N. (2014). *Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement*. (pp. 28-35, 431-473). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=10&docID=3224821&tm=1510419158573>

- Braidot, N. (2014). Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones, capítulo 9. (pp.233-244). Editorial Ediciones Granica.
Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3186030&tm=1510595750380>
- 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>
- Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. (pp.16-20). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>
- Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. Editorial ECU. (pp. 125-192, 237-246, 259-266). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>
- <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-1/capitulo-0/articulo-1>
- <https://www.significados.com/stakeholder/>



Anexos

Link del video

<https://www.youtube.com/watch?v=MpfX5lGKG-4&rel=0>