

Plan de Responsabilidad Social Empresarial
Empresa MARVALS

Ángel Castro Yesica Andrea
Arias Moreno Adriana Sofía
Bastidas Mora Yenny Alejandra
Mosquera Hernández John Jairo
Uribe Marulanda Catalina

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
Julio 2019

Plan de Responsabilidad Social Empresarial
Empresa MARVALS

Ángel Castro Yesica Andrea
Arias Moreno Adriana Sofía
Yenny Alejandra Bastidas Mora
Mosquera Hernández John Jairo
Uribe Marulanda Catalina

Grupo: 101008_20

DR. María Erika Narváez
Asesor

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
Julio 2019

TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE IMAGENES	5
RESUMEN	6
ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN	7
OBJETIVOS	8
GENERAL	9
ESPECÍFICOS	9
PROPUESTA DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE MARVALS	9
IMAGEN DE LA EMPRESA MARVALS	10
ESLOGAN	10
HISTORIA	10
OBJETO SOCIAL	10
MISIÓN	11
VISIÓN	11
VALORES CORPORATIVOS FUNDAMENTALES	11
JUSTIFICACIÓN	14
MODELO GERENCIAL ESTRATÉGICA ENFOCADO A LA INNOVACIÓN EMPRESA MARVALS	16
CÓDIGO DE CONDUCTA PARA LA EMPRESA MARVALS	18
COMPROMISO DIRECTIVOS MARVALS	18
<i>Integridad primero</i>	19
<i>Compromiso</i>	19
<i>Innovación</i>	19
<i>Inclusión</i>	20
<i>Respeto</i>	20
RECURSOS FINANCIEROS Y DECISIONES DE INVERSIÓN OBJETO CÓDIGO DE CONDUCTA	23
CONTEXTUALIZACIÓN DEL MARKETING SOCIAL PARA MARVALS	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
DESCRIPCIÓN STAKEHOLDERS EMPRESA MARVALS	26
LOS STAKEHOLDERS (ACTORES)	29
MATRIZ DE RELACIONES (INFLUENCIA VS. IMPACTO) ENTRE MARVALS Y LOS STAKEHOLDERS (ACTORES).	29
MODELO DE GESTIÓN RECOMENDADO PARA EL PLAN EMPRESARIAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PROPUESTO	37
CONCLUSIONES	38
BIBLIOGRAFÍA	39
ANEXOS	41

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Evaluación Impacto Empresa MARVALS	11
Tabla 2. Presupuesto general según las fuentes de financiación (en pesos colombianos)	21
Tabla 3. Detalle de los gastos de personal (en pesos colombianos).	22
Tabla 4. Descripción de los equipos que se planea adquirir (en miles de pesos colombianos).	23
Tabla 5. Mapa genérico para MARVALS	26
Tabla 6. Plan Empresarial de responsabilidad social empresa MARVALS	33
Tabla 7. Plan de comunicaciones empresa MARVALS	36

LISTA DE IMAGENES

Grafico 1. Modelo Gerencia Estratégica	15
Grafico 2. Colaboradores MARVALS	25
Grafico 3. Matriz de influencia de impacto.	28

Resumen

En este proyecto investigativo que registrará pasó a paso la aplicación de la gerencia estratégica en una Pyme, MARVALS, la incorporación de conceptos de Responsabilidad Social Empresarial, involucrando a todos los actores, aprovechando los resultados de analizar factores internos y externos para hacer de la Empresa un negocio sostenible comprometido con el desarrollo social, fomentando buenas prácticas y la innovación que conlleve al cumplimiento de su misión.

MARVALS es una Microempresa cuyo objeto se centra en la producción de prendas de dormir para toda la familia ubicada en la ciudad de Villavicencio-Meta. Inicialmente, analiza el entorno local y se reorientan los objetivos estratégicos definiendo código de conducta que marque cursos de acción donde se establezca el Plan de responsabilidad social empresarial para la empresa MARVALS RSE, impactando las dimensiones económica, ambiental y social de tal manera que aporte positivamente a generar soluciones a los impactos causados por su operación.

Palabras claves:

Ambiental, social, código de conducta, Responsabilidad Social, Sostenible, Stakeholders

Abstract

In this research project, that will record step by step, the application of strategic management in an SME, MARVALS:

MARVALS is a familiar small company dedicated to the manufacture of sleepwear for the whole family located in the city of Villavicencio-Meta. Initially, it analyzes the local environment and reorients the strategic objectives defining a code of conduct that marks courses of action where the CSR Corporate Social Responsibility plan is established, impacting the economic, environmental and social dimensions in such a way that it positively contributes to generating solutions to the impacts caused by its operation.

Keywords: Environmental, social, code of conduct, Social Responsibility, Sustainable, Stakeholders

Introducción

En el transcurso del Diplomado de Profundización de Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial, se selecciona la PYME MARVALS, se analiza ámbito económico, social y ambiental, a partir del análisis de esta información, se proponen estrategias para implementar un modelo de gerencia estratégica enfocada a la innovación, diseñando un código de conducta que permita la generación de identidad y compromiso en MARVALS, proponiendo al conocer la situación interna y externa la adopción de un plan de responsabilidad social y plan de comunicaciones que permitirá la evolución de la empresa y la preferencia en el mercado por su interés no solo financiero, si no de aportar al fortalecimiento de varias dimensiones.

Al identificar como una de sus amenazas y debilidades la operación arcaica que mantienen se propone una reingeniería, que permite a sus colaboradores tener sentido de pertenencia por su empresa y labor, haciéndolos sentir parte de un proyecto sostenible y que mejora su calidad de vida, se identificaron los Stakeholders que son “individuos o grupos que pueden ser impactados por, o pueden influir en el éxito o el fracaso de las actividades o proyectos de una organización” (Boume, 2009, pg. 30).

Resulta la propuesta del plan empresarial de responsabilidad social que pretende fiel sus principios y valores mantener la integridad, excelencia, inclusión, respeto, solidaridad con la implementación de una red de distribución por catálogo de los productos de MARVALS liderada por madres cabezas de hogar, la utilización de bolsas biodegradables para su empaque, generación de mensajes de protección de la biodiversidad, fauna y flora en sus colecciones, el manejo de redes sociales para la publicidad circulando mensajes de solidaridad, inclusión, conservación del medio ambiente, para que sea reconocida como una empresa que promueve el desarrollo sostenible y la estabilidad social de la comunidad, siendo referente para otras microempresas.

Objetivos

General

Diseñar un plan empresarial de responsabilidad social a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales generados a la empresa MARVALS

Específicos

- Diagnosticar impactos económicos, sociales y ambientales generados por la empresa en su actividad social.
- Proponer un direccionamiento estratégico para MARVALS.
- Diseñar un código de conducta empresarial incluyendo conceptos de Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social.
- Comprender la importancia de la contextualización sobre el RSE vs Marketing social y corporativo para aplicar en MARVALS.
- Diseñar el mapa genérico de los Stakeholders para la empresa seleccionada, MARVALS.
- Presentar Estrategias para el plan empresarial de responsabilidad social.

Propuesta de Direccionamiento Estratégico de MARVALS

Imagen de la Empresa MARVALS



Grafico 1. Imagen empresa MARVALS

Fuente: Elaboración grupal

Eslogan

“Estilo y comodidad a la hora de dormir”

Historia

Creada en Villavicencio Meta, en el 2016 por una familia de emprendedores que plantearon una estrategia para incursionar en el mercado de diseños exclusivos en prendas para dormir, aprovechando las habilidades de familiares que diseñaban y confeccionaban prendas de este tipo para sus pocos clientes y con el ánimo de generar una fuente de ingresos estable para su familia y poder crear microempresa decidieron iniciar este negocio sin determinar un direccionamiento estratégico robusto para alcanzar sus objetivos.

Objeto Social

MARVALS como organización se especializa en la confeccionar prendas para dormir, se enfoca en brindar comodidad y frescura, teniendo en cuenta las características de

donde se desarrolla y comercializa sus productos, en la ciudad de Villavicencio, Meta brinda cómodos precios, calidad y diseños novedosos para su clientela

Misión

Brindar comodidad, frescura y confianza en las prendas de dormir con diseños innovadores a la población de Villavicencio, Meta garantizando la atención de las expectativas de los grupos de interés externos e internos.

Visión

En el 2020 queremos ser pioneros en diseño y confección de prendas para dormir de la más alta calidad para la satisfacción de nuestros clientes, consolidándonos de esta manera en el mercado departamental como una empresa referente en producción y comercialización con compromiso social.

Valores Corporativos fundamentales

- Compromiso
- Igualdad
- Integridad
- Sentido de Pertenencia
- Solidaridad

Tabla 1. Evaluación Impacto Empresa MARVALS

FORMATO DE EVALUACIÓN IMPACTO EMPRESA MARVALS			
	<u>PROBLEMA</u>	<u>IMPACTO</u>	<u>PRIORIDAD ATENCIÓN (ALTA, MEDIA, BAJA)</u>
Económica	<p style="text-align: center;">INTERNO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Maquinaria de producción obsoleta ● Incrementos de los servicios públicos en la Región. ● Falta de flujo de caja para las inversiones en escala alta producción ● Incrementos constantes en la materia prima. ● Poco conocimiento de direccionamiento estratégico ● Altos costos de producción ● Costos de transporte ● No hay programa de renovación o mantenimiento preventivo las máquinas de producción. ● Falta realizar una buena planeación financiera. 	Negativo	Medio
	<p style="text-align: center;">EXTERNO</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Falta de reconocimiento de la empresa ● Competencia con empresas que fabriquen diseños similares a MARVALS. ● Contrabando, competencia desleal, dumping. ● Apertura económica. 		
Social	<p style="text-align: center;">INTERNO</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Falta capacitación adecuada para un mejor desempeño en todos los niveles ● No hay propuesta de organización y división de roles de trabajo clara ● Reingeniería de la adecuación de las etapas de producción en la empresa ● Generación de empleo con las estrategias de RSE ● Falta de capital ● Administración de tiempos en cada fase inadecuadas. 		Medio
	<p style="text-align: center;">EXTERNO</p> <ul style="list-style-type: none"> ● No se promocionan los productos en eventos especiales ● Pérdida de clientes ● La falta de una buena estrategia de marketing tecnológico que permita a sus clientes la obtención de información de la empresa. ● No hay estrategias solidad para la incursión al mercado 		

INTERNO

- No se cuenta con puntos ecológicos.
- Se evidencian la generación de desechos sólidos, líquidos los cuales producen efectos en los recursos como el agua y electricidad.
- Funcionamiento de las máquinas afecta la capacidad auditiva de los operarios.

Ambiental

Negativo

Medio

EXTERNO

- No cuentan con una política de responsabilidad con el medio ambiente, enfocados en los procesos y procedimientos
 - Mayor control y seguimiento a las empresas en los procesos de elaboración de telas, para que los desechos químicos no afecten los recursos naturales.
 - Ausencia de buenas prácticas para hacer reciclaje de residuos orgánicos, inorgánicos y peligrosos.
 - Falta implementar un marketing medio ambiental.
-

Fuente: Elaboración propia

Justificación

Después de un realizar una investigación previa en la empresa objeto de estudio, se logra obtener un diagnóstico en el cual se evidencia que la empresa “MARVALS” tiene grandes falencias en sus varias de las áreas que conforman su estructura organizacional, se deben intervenir factores internos y externos, es urgente iniciar con un plan de mejoramiento enfocado a la generación de capacidad distintiva en la empresa presentando ideas que logren impactar positivamente la región de los llanos orientales y aportar con la RSE a generar oportunidades a poblaciones antes vulneradas por la violencia del conflicto interno de Colombia.

Dentro de las políticas de gerencia estratégica y responsabilidad social; se propone apoyar a las madres cabezas de hogar para que integren la red de distribución por catálogo que piensa emplear MARVALS, para su beneficio comercial y para apoyar la promoción de mejores condiciones de vida de este grupo de mujeres, otras mujeres de la ciudad que sean costureras se vincularan como satélites de la empresa que puedan laborar desde sus casas, incrementando así los ingresos y promoviendo mejor calidad de vida de las familias.

La empresa MARVALS, debe gestionar recursos con entidades financieras o gubernamentales para las operarias externas, en la adquisición y financiamiento de maquinaria e implementos necesarios en su taller e igualmente para la capacitación en manejo de maquinaria y elaboración de las prendas, enfocada en productos de alta calidad y diseños exclusivos. La propuesta es que MARVALS dentro de sus planes para el alcance de objetivos financieros y de posicionamiento en el mercado incluya conceptos relacionados con la Responsabilidad social Empresarial logrando sobresalir en justa competencia, al presentar la propuesta de la inclusión de madres cabezas de familia en una alternativa comercial que fortalecerá la dimensión económica e impactar positivamente el cumplimiento de sus objetivos estratégicos al implementar con estas personas una red de distribución por catálogo, aplicando conceptos de marketing social, marketing corporativo, compromiso social, generando un impacto positivo en el desarrollo social, económico y

ambiental de la región, al fomentar con estrategias comerciales y campañas ambientales, en sus etiquetas y en sus prendas para llamar a sus clientes a la conservación del medio ambiente, al respeto por la diversidad, y a sus colaboradores, empleados y proveedores a la implementación de prácticas amigables con el medio ambiente, al aplicar estrategias de manejo adecuado de los residuos, de las energías no renovables, del consumo de agua y en la reducción, reutilización, reciclaje y de cortes sobrantes para elaborar sabanas y bolsos que serán donados a fundaciones y personas necesitadas para apoyar la promoción de la mejor calidad de vida.

El mejoramiento de la productividad en la línea de prendas de dormir se propone implementar marketing social y corporativo, conscientes de que MARVALS cuenta con poca liquidez la idea es utilizar las redes sociales para promover sus prendas y mostrar sus actividades encaminadas a generar un valor agregado que impacte el desarrollo social y el compromiso con sociedad.

Este plan de responsabilidad social permitirá lograr múltiples beneficios en MARVALS, como creciente nivel de contratación y continuidad de los empleados, además de convertirla en una organización con un direccionamiento Estratégico claro y con políticas empresariales que le asegure atender sus objetivos y el cumplimiento de su visión, generando y motivando a otras microempresas a trabajar comprometidas por el mejoramiento de las condiciones de vida, la conservación del medio ambiente y la solidaridad para asegurar un futuro viable a nuevas generaciones.

Modelo Gerencial Estratégica Enfocado a la Innovación Empresa MARVALS

El modelo de gerencia estratégica para la empresa MARVALS, está enfocado en la innovación, debido a que esta empresa se dedica a la elaboración de diseños exclusivos para sus clientes pero de manera antigua, y no tiene claro conceptos de administración necesarios para que todos sus esfuerzos se enfoquen en el cumplimiento de sus planes estratégicos, se propone implementar este modelo para que basados en el análisis inicial pueda establecer sus objetivos a largo plazo, la incorporación de nuevos conceptos que le darán un buen nombre y la preferencia de sus clientes.

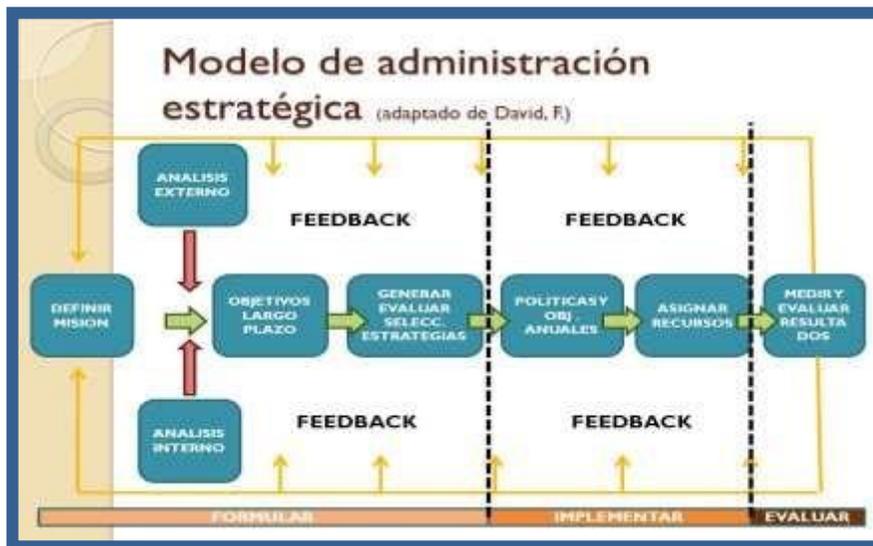


Grafico 1. *Modelo Gerencia Estratégica*

Fuente: Elaboración propia adaptado de Bonilla, Bonilla y Munguía (2018)

Para tal fin se orienta a las fases propuestas por Fred David como se cita en Bonilla, Bonilla y Munguía (2018) plantean que:

El Modelo de Planificación Estratégica de Fred David, el cual se desglosa en tres (3) etapas, con las siguientes fases. **Formulación de la estrategia.** Desarrollo de las declaraciones de la visión y la misión, Realización de una auditoria externa e interna, Establecimiento de los objetivos a largo plazo, Creación, evaluación y selección de las estrategias. **Implantación de estrategias.** Determinación de los asuntos relacionados con la gerencia, Determinación de los asuntos relacionados con la mercadotecnia, finanzas, contabilidad, investigación y desarrollo además de los sistemas de información de la gerencia. **Evaluación de la estrategia** Medición y evaluación del rendimiento. (p.22)

Entendiéndolo como un modelo organizado y sencillo que permite reorientar a MARVALS y estar a la par con la globalización y desarrollo acelerado del mundo, la propuesta de innovación está enfocada a la reingeniería de MARVALS, que deje su modelo antiguo y que evoluciones con las alternativas que dan la tecnologías y la comunicación actual para implementación de la venta por medios electrónicos y la implementación de red de distribución por catálogo, sabemos que el mundo en tecnología y la innovación es cambiante y los clientes necesitan satisfacer sus necesidades, por cuestiones de trabajo compran sus productos por medio de herramientas tecnológicas, también las ventas por catálogos podemos aprovechar esto para emplear a las madres cabeza de familia generar su inclusión y una fuente de ingresos para apoyar sus necesidades.

Código de Conducta para la Empresa MARVALS

Una empresa no es solo un producto y su mercadeo, implica también relaciones. Relaciones internas y externa, Relaciones que pueden generar un impacto negativo o positivo, tanto para los trabajadores, como para los clientes, y entorno. La actividad empresarial, por tanto, debe estar regulada no solo externamente, también en el ámbito interno por eso se hace indispensable establecer un código de conducta con pilares claros y para eso se debe analizar y generar un concertación con los directivos, empleados y colaboradores, una vez recolectada y analizada esta información podemos decir que en MARVALS empleara por un código de conducta enfocado en soluciones a la problemáticas del medio interno y externo de donde se desarrolla comercialmente.

Es necesario para la implantación y aplicación del código de conducta:

Compromiso Directivos MARVALS

- Generar espacios de trabajo para recibir las propuestas de los socios y empleados.
- Contratar profesional en el área del trabajo social para orientar la recolección y análisis de información interna y externa de MARVALS que permita identifica fortalezas y capacidades distintivas.
- Coordinar con las entidades territoriales que ofrecen programas de liderazgo, responsabilidad social, perspectivas de género, emprendimiento para fortalecer los principios y valores en MARVALS.
- Promover el espíritu de compromiso social y de bienestar del trabajador.
- Buena rentabilidad, pero bajo un menor costo ambiental y social.
- Investigación continúa para la mejora del producto.

MARVALS, pretende implementar pautas que han implantado varias empresas exitosas para establecer un código de conducta que permita evolucionar en las tres dimensiones de RSC y alcanzar objetivos empresariales.

La comunicación efectiva entre administrativos y la mano de obra debe ser abierta, basada en el respeto y el beneficio común de las familias por tanto la interiorización y pertenencia se dará fácilmente, promoviendo sus expectativas razonables y ordenando los asuntos comerciales de la empresa de manera que mejoren su rendimiento comercial, mantenga su valor agregado en innovación e incremente la prosperidad de la compañía siguiendo estos parámetros:

Integridad primero

Los socios y empleados de MARVALS deben demostrar la unidad y seguir los valores intrínsecos de respeto, lealtad, confianza, responsabilidad, deben vivirse, apropiarse a cada una de las actividades que cumplen, con el fin de fomentar un ambiente organizacional adecuado para que los integrantes se sientan a gusto haciendo su trabajo, lo realicen con amor y se vea reflejado en la calidad de los productos que se ofertan.

Compromiso

Actitud necesaria para alcanzar las metas empresariales y para cumplir los objetivos propuestos de ser generadores de buenas prácticas, de ser referencia para la aplicación de estrategias que nos hacen socialmente responsables, al entender que no solo es una exigencia de ley, sino un compromiso con la humanidad para mejorar las condiciones y disminuir los impactos que genera en el ámbito social, económico y ambiental la operación comercial.

Innovación

MARVALS está comprometido con el bienestar de cada uno de los socios e integrantes de la microempresa, el interés es lograr un posicionamiento en el mercado,

innovando con alternativas que diferencien de forma positiva la empresa y sus productos al incluir nuevos conceptos en su desarrollo comercial y al aprovechar cualquier ventaja del contacto directo con sus clientes para dejar un mensaje de la responsabilidad y compromiso en el que MARVALS se desenvuelve.

Inclusión

En MARVALS al igual que organizaciones como Paramio (2015) indica:

Se respeta la dignidad personal, la privacidad y los derechos personales de cada empleado y nos comprometemos a mantener un lugar de trabajo en el cual no existan situaciones de discriminación o acoso. Por lo tanto, los empleados no deben discriminar respecto del origen, nacionalidad, religión, raza, género, edad u orientación sexual, ni deben tener ningún tipo de conducta de acoso verbal o físico basada en lo mencionado anteriormente o en cualquier otro motivo. (p.07)

Para toda organización es fundamental el recurso humano, MARVALS pretende consolidar un buen equipo de trabajo, teniendo clara la misión y visión de la empresa, creando sentido de pertenencia, para así mismo lograr el liderazgo comercial.

Respeto

El respeto es básico para cualquier relación interpersonal y laboral, asegura que las actividades de negocio no violen de modo alguno los derechos de otros. Siempre que sea posible, buscando tener un impacto positivo en los derechos humanos y contribuyendo a la realización de estos; el respeto debe caracterizar a los empleados internos y externos actúen de manera para fortalecer la percepción de la imagen institucional y lograr la preferencia por parte de la demanda.

Excelencia en todo lo que hacemos

A cada nivel el compromiso tanto de directivos como de empleados mano de obra y distribuidores reflejan el compromiso, confianza y sentido de pertenencia con su microempresa, al hacer con excelencia todos los procedimientos para lograr los objetivos empresariales e impactar el sector del cual hacen parte, implementando mejoramiento continuo y sistemas de gestión de calidad en sus procesos a fin de obtener resultados productivos, que se reflejaran en el beneficio de cada uno de los empleados al garantizar la sostenibilidad de la empresa, cuota en el mercado que dará una mayor seguridad en la promoción del empleo y de ingresos para los hogares que obtienen sus ingresos de los trabajos que se despliegan de la actividad de MARVALS, logrando aportar al desarrollo social y económico de la población y regional.

Conducta interna:

- Apropiarse de los Principios y valores establecidos
- Buena presentación personal e imagen corporativa.
- Compromiso con la conservación del medio ambiente reciclar, reutilizar y reducir
- Confidencialidad con el uso de información interna de la empresa.
- Disposición para el aprendizaje permanente
- Integridad en todas las labores que desarrollan
- Respeto por la diversidad y genero

Conducta externa:

- Aportar a la sostenibilidad económica del sector
- Apoyar el desarrollo regional
- Compromiso social
- Excelencia en la calidad y servicio
- Garantizar calidad en prestación de servicios y productos
- Promover la inclusión, el respeto por la diversidad

En MARVALS comprometidos con la generación del bienestar, desarrollando la excelencia en productos y servicios, fomentando la inclusión y la solidaridad, implementando buenas prácticas y campañas de cuidado del medio ambiente, demostramos la integridad en todo lo que hacemos.

Recursos Financieros y Decisiones de Inversión Objeto Código de Conducta

Tabla 2. *Presupuesto General Según Fuentes de Financiación (en pesos colombianos)*

RUBROS	VALOR UNITARIO (Mensual)	VALOR TOTAL
Equipos	De \$ 40.000 a \$ 800.000	\$1.156.700
Publicidad	\$ 500.000	\$ 500.000
Materiales	\$ 200.0000	\$ 200.000
Investigaciones antecedentes (otras empresas, o países que han aplicado el código)	\$50.000	\$50.000
Mantenimiento de maquinaria	\$350.000	\$350.000
Capacitación personal (código de conducta)	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
TOTAL		\$ 2'956.700

Fuente: Elaboración propia

Nota: El valor unitario del personal corresponde al valor por hora de trabajo vigencia 2019.

Tabla 3. *Detalle Gastos de Personal (en pesos colombianos).*

<u>INVESTIGADOR / EXPERTO/ AUXILIAR</u>	<u>FORMACIÓN ACADÉMICA</u>	<u>FUNCIÓN DENTRO DEL PROYECTO</u>	<u>DEDICACIÓN Horas/semana</u>	<u>VALOR (Mes)</u>
Líder de creación código de conducta.	Especialista en Gerencia del talento humano (48 horas en total X \$9.000 valor hora)	Se encarga de establecer y/o determinar los recursos necesarios (humanos y tecnológicos) para crear el código de conducta. Realiza informe final comunica los resultados obtenidos Recolectar información	48	\$1'728.000
Auxiliares de investigación	Tecnólogos (48 horas en total X \$.3450 valor ordinaria 2019)	Exponer análisis de antecedentes, como referencia para la creación y aplicación del código en la empresa.	24	\$331.200
Experto en diseño para la creación del código.	Ingeniería	Diseñar el instrumento de recolección de información y aplicarlo	2	\$300.000
Analista de información	Técnico en análisis de datos	Clasificación de resultados Representación gráfica resultados	3	\$200.000
TOTAL				\$2'559.200

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4. *Detalle Equipos Adquirir (en pesos colombianos).*

EQUIPO	JUSTIFICACIÓN	VALOR
2 Computadores de Escritorio	Creación de los documentos que contengan información producto de la investigación, diseño del instrumento de recolección de información, investigaciones, etc.	\$ 776.900
1 Impresora Multifuncional HP	Necesaria para la impresión del código.	\$ 120.000
1 Memoria USB Kingston 32 GB	Especialmente para guardar y portar toda la información del proyecto.	\$39.900
1 Escritorio con 3 Cajones	Lugar en el que se adecuarán los desktops y trabajarán los investigadores.	\$ 199.900
6 Sillas Plegables	Comodidad del personal dispuesto para el proyecto.	\$ 20.000
TOTAL		\$ 1.156.700

Fuente: Elaboración propia.

Descripción Stakeholders empresa MARVALS

Teniendo en cuenta que MARVALS es una microempresa del sector secundario que se encarga de la transformación de materia prima en un producto, identificamos fácilmente los grupos internos y externos que generan la continuidad del negocio y el cumplimiento de los objetivos empresariales en las diferentes dimensiones que se deben implementar en el plano comercial para cumplir con lo requerido tanto por la ley, como por las necesidades sociales que se incrementan con el pasar del tiempo y que llaman a los involucrados en toda la cadena logística para suministrar un servicio o producto al compromiso para conservar los resultados, cuidando el medio ambiente y generando impacto social al no convertirse solo en un negocio sin esencia, ni compromiso, si no en la construcción y apoyo de los diferentes grupos que en sinergia generen beneficios comunes y estables para cada uno de los intereses.



Grafico 2. Colaboradores MARVALS

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Mapa genérico para MARVALS

GRUPO	INTERESES
Propietarios	Conocer de gerencia estratégica Lograr el cumplimiento de los objetivos empresariales Conocer estado interno fortalezas y debilidades Apropiación de los colaboradores de las políticas empresariales adoptadas
Empleados	Remuneración Capacitación Programas de ayuda/subsidio a los trabajadores Equilibrio en el trabajo, defender a los trabajadores No aceptar discriminación laboral Comunicación Efectiva con los colaboradores Riesgo laboral salud y seguridad en el trabajo Comunicación directa y asertiva con los propietarios y directivos Dividendos y revalorización de las acciones de MARVALS
Directivos	Fluidez y liquidez de la empresa Planes rentables a corto y largo plazo Nivel de seguridad Generación de tesorería
Clientes	Política general Calidad de los productos Excelente servicio al cliente Promociones Oferta innovadora Servicios a clientes especiales
Administraciones Públicas	Cumplimiento con la normatividad Generación de empleos Generación desarrollo social Pago impuestos Desarrollo regional
Sociedad	Generación de oportunidades de empleo a madres cabeza de familia, Contribución a la comunidad en programas sociales, inversiones sociales y donaciones. Salud pública, seguridad y protección Valoración medioambiental en los proyectos
Medios de Comunicación Medio Ambiente	Publicidad en todos los medios Estrategias de publicidad innovadoras. Reutilización de las telas en otros productos (billeteras, pañoletas, colchas de retazo). Reciclar los desperdicios de tela, botones, agujas, cartón, plástico, entre otros. Fuentes de agua propia para su sostenimiento Planta de energía propia.

Fuente: Elaboración propia

Los Stakeholders (Actores)

Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre MARVALS y los Stakeholders (actores).

La matriz de impacto no permite analizar los niveles de influencia de cada grupo actor que interfieren en la dinámica de negocio de empresa MARVALS y su relación con la sociedad y el medio ambiente, aquí definimos el nivel de impacto que cada actor tiene sobre el desarrollo del plan de negocio y los planes empresariales incluido el de responsabilidad social, marketing, ya que todos están relacionados y del comportamiento de cada uno se definen las ventajas y desventajas de la empresa y los planes de contingencia en caso de que algunos de los factores internos y externos tengan cambios de comportamiento e intereses. (Baltera, 2005)



Grafico 3. *Matriz de influencia de impacto.*

Fuente: Elaboración propia.

Analizamos que el impacto más alto internamente de los Stakeholders está en los propietarios y directivos se deben informar de todos los procesos y proyectos a ejecutar para adoptar las decisiones positivas para MARVALS. En nivel de alto impacto tenemos los empleados directos, los encargados de llevar a cabo las decisiones que tomen los propietarios y directivos.

Un impacto más bajo lo tienen empleados indirectos, quienes brindan el apoyo a las funciones tienen gran importancia porque contribuyen al proceso para que se haga realidad los planes y metas de la empresa.

Externamente el impacto más alto le corresponde a los clientes, son la razón de ser de la existencia de MARVALS; para ellos se trabaja en el mejoramiento de la calidad, en variedad de productos, en mejorar las instalaciones, generar buenos planes de mercadeo, entre otros., el tener clientes satisfechos y fidelizados augura el éxito de MARVALS, permaneciendo en el mercado; el trabajar nuevos clientes siempre será uno de los objetivos de la empresa ya que esto conllevará a aumentar la rentabilidad y al crecimiento de la empresa.

Otro impacto alto es para los acreedores, estos permiten el apalancamiento para ejecución de nuevos proyectos e inversiones de expansión, mejoramiento de las instalaciones, otros como las empresas prestadoras de servicios públicos vitales para poder llevar a cabo las funciones propias de producción, administración y comercialización, no cumplirles a estos acreedores equivale a quedarse sin recursos valiosos para el proceso productivo.

En un impacto más bajo a nivel ubicamos los proveedores, quienes por su clasificación no son menos importante para este ejercicio, sin dejar a un lado que los trabajos planeados y desarrollados deben ir de la mano con su asesoría pertinente; tener proveedores óptimos garantiza el abastecimiento de materia prima e insumos en el tiempo

correcto y así poder cumplir con los requerimientos propios del negocio, cumpliendo con los tiempos establecidos y que beneficien los costos de la cadena logística.

Los medios de comunicación de igual manera, con su disposición, información, creatividad y buen trabajo hacer que la imagen de MARVALS, sea reconocida por muchos clientes tanto conocidos como potenciales, lo cual permitirá posicionar esta marca en el mercado de los servicios textiles a nivel regional, nacional e internacional

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA MARVALS

Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económica	Socios	Proporcionar un incremento en los resultados de la operación de la empresa MARVALS	Implementar ventas por catálogo. Establecer relaciones comerciales con más clientes empresariales.	6 meses	Recursos físicos: catalogo, asesor de publicidad, asesor de marketing	(% Aumento ventas semestrales/ metas en ventas semestrales) *100	Semestral
Económica	Proveedores	Crear alianzas estratégicas	Reunión con Proveedores donde se llegue a una negociación beneficiosa para los dos.	10 Meses	Directorio de proveedores personal administrativo, sala de juntas y negociaciones	(No. De Proveedores actuales /alianzas con nuevos proveedores) *100	Mensual
Económica	Consumidores	Atraer nuevos consumidores	Estrategias de Mercado para aumentar la clientela y la fidelización donde están promociones, descuentos y obsequios	10 Meses	Personal Operativo como mercaderistas, preparadores de productos y publicistas	(Cantidad de clientes potenciales/Cantidad de clientes que han realizado más de una compra) * 100	Mensual
Social	Medios de comunicación	Cooperar para combatir el prejuicio, ampliar las oportunidades de las Mujeres cabeza de hogar en el mercado laboral.	Generar una cultura de Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género por medio de campaña publicidad donde se observe la participación de las madres cabeza de hogar en la cadena de comercialización de los productos por catálogos.	Anual	Recurso Humano: Profesional el trabajo social, profesional en comunicación es estratégicas, asesoría en cuestiones de género. Recursos técnicos: programas audiovisuales, videos de inclusión social. Recursos físicos: catalogo, carteles, código de conducta.	(Número mujeres capacitadas en equidad de género/ número de oportunidades de empleo para las mujeres cabeza de hogar generadas por la empresa) *100	Informes Trimestrales
Social	Colaboradores	Incentivar con motivación a colaboradores, en sus tareas	Crear capacitaciones de clima organizacional	Semestral	Recursos: Personal y Humano	(No. Personas de la empresa / No. De Personal capacitado) *100	Mensual

Ambiental	Directivos Empleados Socios	Aplicar la estrategia para el cuidado de las esferas ambientales: reciclar, reducir, reutilizar, recuperar	Campañas de concientización del cuidado del medio ambiente y la responsabilidad de la empresa con reducir los impactos por la actividad económica ejecutada	Mensual	Recurso Humano: practicantes de ingeniería de medio ambiente. Recursos técnicos; implementación de moldes y maquinas industriales para la óptima utilización de la materia prima. Implementar reciclaje de residuos de fabricación. Recursos físicos: canecas, carteles, folletos con educación ambiental y el compromiso ambiental de MARVALS.	(Número de capacitaciones en pro del cuidado del medio ambiente/ cumplimiento de plan actividades de buenas prácticas ambientales) *100	Informes Trimestrales
Ambiental	Comunidades	Realizar campañas que motiven a las personas al cuidado del medio ambiente	Convocar a la comunidad a charlas donde se les indique la importancia del cuidado del medio ambiente.	10 Meses	Recursos: Sala de juntas y personal de MARVALS	(Personas asistentes / Cantidad de personas asistentes a las charlas que firmen compromiso para el cuidado del medio ambiente) *100	Trimestral
Ambiental	Administración Pública	Dar cumplimiento a la Normatividad vigente	Todo el personal tanto interno como externo debe conocer las normas ambientales vigentes que de una u otra forma impacten a la empresa y que estén comprometidos en su cumplimiento	10 Meses	Recursos: Capacitadores y salas de juntas	(Sanciones por incumplimiento de normas / Sanciones por incumplimiento de normas ambientales) *100	Semestral

Tabla 6. *Plan de responsabilidad social Empresarial MARVALS*

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE COMUNICACIONES- EMPRESA MARVALS

Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
	Cientes		
	Evaluar el grado de satisfacción de los clientes.		Encuestas de satisfacción
Económica	Brindar un buen asesoramiento al cliente sobre el producto y servicio.	Mensual	Catálogo de distribución Asesores de ventas Campañas de publicidad con avisos
	Homologación de productos de acuerdo con el entorno social y económico.		
	Gerencia, socios		Informes de cumplimiento de los indicadores operacionales y de gestión.
	Suministrar información transparente sobre las operaciones y resultados de la gestión de la empresa.		Por telefonía móvil
Económica	Establecer protocolos de relacionamiento con los futuros inversionistas y accionistas.	Trimestral	Correo electrónico y redes sociales: establecer contacto con grupos asesores de pequeñas y medianas empresas del sector textil de producción de prendas para dormir.
	Exponer los compromisos adquiridos en cuestión de responsabilidad social empresarial.		Página en Facebook: para socializar con la comunidad y trabajadores el cumplimiento de los compromisos de responsabilidad social en las dimensiones.
Social	Madres cabeza de familia		
	Implementar programa para la implementación	Mensual	Emisoras Programas radiales: para extender la invitación a las madres cabezas de hogar a participar

	<p>de ventas por catálogo con el fin de generar apoyo a las madres cabezas de hogar para aumentar sus ingresos y mejorar la calidad de vida de sus hogares.</p> <p>Impartir formación y capacitación en servicio al cliente y empoderamiento femenino para fortalecer la autoestima y se sientan más útiles en la generación de ingresos para suplir sus obligaciones.</p> <p>Empleados Socializar el código de conducta, con la participación de los empleados.</p>		<p>de la inclusión a nivel laboral en la cadena de distribución y comercialización de las prendas de dormir de MARVALS por catálogo.</p> <p>En reuniones a viva voz: en la reunión de juntas de acción comunal en el sector de Villavicencio-Meta, invitar a la conformación de la red de ventas por catálogo.</p>
Social	<p>Prevención del acoso laboral y sexual. Elaborar planes de prevención de riesgos laborales.</p> <p>Realizar actividades extra laborales, que integren los empleados.</p>	Mensual	<p>Reuniones con el personal Folletos impresos Carteles Capacitaciones con profesionales en trabajo social Cartelera de información de la empresa Redes sociales: página de MARVALS en Facebook y en Instagram.</p>
Ambiental	<p>Proveedores Adquirir productos o materias primas no nocivas para la salud y el medio ambiente.</p>	Trimestral	<p>Políticas de operación de MARVALS: se informan a los proveedores por medio de los contratos, donde se enuncian los requerimientos para poder clasificar en lo que requiere la empresa para cumplir con su</p>

	Formación y sensibilización medioambiental a los proveedores.		compromiso con el medio ambiente.
	Exigir certificados Medioambientales.		Folletos: con recomendaciones para los proveedores a fin de que apliquen el cuidado del medio ambiente desde la elaboración de la materia prima y toda la cadena logística hasta u entrega de suministro.
Ambiental	Entorno local		
	Implementar medidas para minimizar la contaminación en los procesos productivos.	Trimestral: se establece las metas para verificar el cumplimiento y avance. Se genera informe de gestión	Manual de procedimientos para aplicar la estrategia de reducir, reciclar, reutilizar, recuperar materia prima, residuos generados en la operación.
	Establecer sistemas de gestión para el manejo del reciclaje y residuos sólidos.	para analizar los impactos con la recolección de información del trimestre para un diagnóstico más acertado y determinación de cursos a seguir.	Internet e instituciones de investigación de ciencia y tecnología de la región: investigación y socialización de las practicas amigables con el medio ambiente
	Diseño de productos ecológicos amigables con el medio ambiente.		

Tabla 7. Plan de comunicaciones empresa MARVALS

Fuente: Elaboración propia

Modelo de Gestión Recomendado para el Plan Empresarial de Responsabilidad Social Propuesto

El tipo de gestión recomendada para el plan empresarial de responsabilidad social en MARVALS, es, Gestión Integral de la Responsabilidad social Corporativo (RSC), Foretica (SGE 21), este modelo permite auditar procesos, con la ventaja de ser la única forma de acceder de manera voluntaria; con la auditoria de los procesos se logra acceder a la certificación de Gestión de Ética y Responsabilidad Social. Además, trabaja en áreas determinantes, como lo son las áreas de gestión, también pueden evaluarse como es Dirección, clientes, proveedores, trabajadores, entorno social, entorno ambiental, competencia; es decir que involucra stakeholders identificados en la empresa, lo que la hace muy viable.

Este es un modelo flexible, en el cual se puede adaptar en cualquier organización, en este caso una pequeña empresa como MARVALS. Además, hace énfasis en el seguimiento de los riesgos económicos, sociales, ambientales e incluye áreas de gestión muy concretas como son los stakeholders. Implicando adquirir voluntariamente un compromiso con la sostenibilidad en entornos económicos, sociales y ambientales, también se pueden aplicar los valores éticos, es un modelo viable ya que aborda los tres temas que se han venido trabajando con el plan empresarial de responsabilidad social, se debe tener en cuenta que, si alguno de estos ámbitos tiene fallas, en algún momento ya sea directa o indirectamente los otros ámbitos se verán afectados.

Conclusiones

Como futuros profesionales en el programa de Administración de Empresas debemos comprender que no solo es una meta generar capitales económicos, si no tener las habilidades administrativas para gestionar y optimizar todos los recursos con los que cuenta la empresa para crear un impacto positivo, en los tres ámbitos, económico, social, y ambiental, es por esto que es fundamental fomentar estrategias Gerenciales y de Responsabilidad Social en todos los proyectos empresariales que tengan la capacidad de responder a la afectación e implicación de sus labores sobre los diferentes grupos con los cuales se mantienen en relación.

La clave fundamental para mejorar el modelo productivo de la compañía es establecer un direccionamiento estratégico claro, que permita el enfoque de todos los esfuerzos al alcance de los planes demostrando la eficiencia en la administración de los recursos, que generen estrategias que permitan la sostenibilidad y prosperidad con el valor agregado de una organización.

La aplicación de los temas del Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social permitió dejar una propuesta de Plan de Responsabilidad Social Empresarial para MARVALS, la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales generados por la empresa permite visualizar que la creatividad y la implementación de conceptos innovadores que demuestren el interés por reducir los impactos que genera la actividad comercial con responsabilidad social.

Bibliografía

- Alexis Bañón, M. G.-P. (Mayo 2011). La Empresa Ética y Responsable. Universia Business Review, 43. Obtenido de:
<http://biblioteca.usbbog.edu.co:8080/Biblioteca/BDigital/74364.pdf>
- Alonso, V. (2006). Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España. (pp. 11-38). Obtenido 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. Obtenido 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. Obtenido de:
<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10559782&ppg=11>
- Baltera. (Diciembre de 2005). Google Obtenido de:
https://www.dt.gob.cl/portal/1626/articles-88984_recurso_1.pdf
- Baltera. (10 de 10 de 2005). Docplayer. Obtenido de: https://docplayer.es/258733-Responsabilidad-social-empresarial-alcances-y-potencialidades-en-materia-laboral-gobierno-de-chile-direccion-del-trabajo-departamento-de-estudios.html#show_full_text

- Bonilla, Bonilla y Munguía (2018). *Diseño de un plan estratégico para mejorar el desempeño Organizacional de la empresa SENIC departamento de san Miguel*. Universidad de El Salvador
- Corredor, C. (2013). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias* (2a. ed.). (pp. 206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. Obtenido de: <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>
- Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). *La administración pública de la responsabilidad social corporativa*. Capítulo 1. (p. 13-17) Obtenido de: <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>
- Freeman, E. (1984). *Strategic Management: A stakeholder approach*. Massachusetts: Pitman
- Palacios, F., García, D. & Espasandín, F. (2016). *Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión diagnóstico e impacto en la empresa*. (pp. 11-28). Madrid, ES: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. Obtenido de: <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=4909723>
- PARAMIO (2015) *Código de Conducta Empresarial de Talleres Mecánicos Paramio*. Obtenido de: <http://www.tmparamio.com/Codigoconducta.pdf>
- UNAD (Marzo 2019), *Guía integrada de actividades del curso Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica de Responsabilidad Social Empresarial*.
- Universidad Javeriana (s.f.) *Normas APA Sexta Edición*. Centro de escritura Javeriano. Obtenido de: <https://www.um.es/documents/378246/2964900/Normas+APA+Sexta+Edici%C3%B3n.pdf/27f8511d-95b6-4096-8d3e-f8492f61c6dc>

Anexos

A continuación se presenta el enlace del video que nos contextualiza sobre las diferencias entre Responsabilidad Social Empresarial, marketing social y el Marketing Corporativo, que permitió reconocer la situación de la empresa y reorientar los objetivos de la empresa MARVALS.

Link Video YouTube:

<https://youtu.be/7qAkPuH7vPE>

Link Video Powtoon:

<https://www.powtoon.com/html5-studio/#/edit/g5qyDGMPGbm>