

**Plan de Responsabilidad Social Empresarial
Éticos Serrano Gómez Ltda.**

**Elkin Antonio Acosta Gómez
Iván Fernando Rangel
Juan Sebastián Ocampo**

**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 Responsabilidad Social Empresarial
Noviembre de 2019**

**Plan de Responsabilidad Social Empresarial
Éticos Serrano Gómez Ltda.**

ii

Grupo 101008_20:

**Elkin Antonio Acosta Gómez_77187791
Iván Fernando Rangel_97480748
Juan Sebastián Ocampo_1052394242**

**Dra. María Erika Narváez
Directora**

**Universidad Nacional Abierta Y A Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN
Administración de Empresas
Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica Responsabilidad Social Empresarial
Noviembre de 2019**

Dedicamos este trabajo a nuestras familias y a todas y cada una de las personas que nos han influenciado guiándonos en todo el transcurrir de la carrera, brindándonos el apoyo necesario y los mejores consejos para finalizar y cumplir con cada uno de los objetivos propuestos, y así vernos convertidos en todos unos profesionales de la administración.

Agradecimientos

iv

Nuestros agradecimientos primeramente a Dios por darnos la vida, la oportunidad de crecer como personas, y la sabiduría necesaria para salir adelante en esta carrera.

A nuestras familias por el apoyo incondicional brindado durante toda la carrera, por ser parte fundamental en este impulso de salir adelante, y un agradecimiento especial a todos y cada uno de los tutores que acompañaron este proceso de llegar a ser unos profesionales de nuestra amada Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.

Gracias a todos.

Tabla de contenido

v

Resumen	viii
Palabras Claves:	viii
Abstract.....	ix
Keywords:.....	ix
Introducción	x
Objetivos.....	xi
1. Propuesta del Plan de Responsabilidad Social Empresarial – Empresa Éticos Serrano Gómez Ltda.....	1
1.1. Direccionamiento Estratégico.....	5
1.2. Justificación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	7
2. Código de Conducta – Éticos Serrano Gómez Ltda.	8
2.1. Modelo de Innovación Organizacional	8
2.2. Guía mundial cómo elaborar un Código de Ética o Conducta	10
2.3. Informe Previo	11
2.4. Código de Conducta – Éticos Serrano Gómez Ltda.	13
2.5. Recursos financieros y decisiones de inversión.....	21
3. Stakeholders – Éticos Serrano Gómez Ltda.....	22
3.1. Definición de Stakeholders.....	22
3.2. Mapa Genérico de los Stakeholders.....	24
3.3. Descripción de los Stakeholders	25
3.4. Matriz de Influencia vs Impacto	26
4. Plan de Responsabilidad Social Empresarial – Éticos Serrano Gómez Ltda.....	29
4.1. Tabla del Plan de Responsabilidad Social Empresarial	30
4.2. Plan de Comunicaciones	33
4.3. Tabla Plan de Comunicaciones.....	34
4.5. Modelo de Informe de Gestión.....	35
Conclusiones	36
Bibliografía	37

Lista de Tablas

vi

Tabla 1 <i>Datos financieros claves de crecimiento anual.</i>	4
Tabla 2 <i>Evaluación del desempeño.</i>	6
Tabla 3 <i>Recursos Financieros.</i>	21
Tabla 4 <i>Plan de RSE empresa Éticos Serrano Gómez Ltda.</i>	30
Tabla 5 <i>Plan de comunicaciones a los Stakeholders empresa Éticos Serrano Gómez Ltda.</i>	34

Lista de Ilustraciones

vii

Ilustración 1 <i>Fachada empresa Éticos Serrano Gómez Ltda. – Cedis Valledupar</i>	3
Ilustración 2 <i>Memoria Actividades (2017)</i>	13
Ilustración 3 <i>Sistemas de Capacitación Emprendedores (2014)</i>	14
Ilustración 4 <i>Mapa Genérico de Stakeholders</i>	24
Ilustración 5 <i>Matriz de Influencia vs Impacto</i>	26

La Responsabilidad Social Empresarial o bien conocida (RSE) hace referencia a la contribución activa del mejoramiento social, ambiental y económico de una empresa, basado en objetivos estratégicos empresariales para el buen desarrollo sostenible de la comunidad sin que sus beneficios económicos y financieros se antepongan sobre los aspectos sociales. La (RSE) se ha convertido en parte fundamental de las empresas llevándolas a implementar tareas y acciones que contribuyan a su mejoramiento y de esta misma forma retribuyan de manera positiva y amigable con los involucrados en el proceso de la generación de cualquier servicio o producto que esta brinde, por lo cual hablamos de la comunidad en general, del medio ambiente y de los colaboradores de la empresa.

El Plan de Responsabilidad Social Empresarial de Éticos Serrano Gómez Ltda., que se presenta en este trabajo está contemplado en una cadena de procedimientos y acciones en las cuales la organización sea responsable y amigable con los servicios y productos que ofrece en el ámbito económico, social y ambiental, dando a conocer los objetivos y las estrategias planteadas de cada una de las partes involucradas en el proceso. La forma en que se desarrolla la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda. es generando mecanismos colectivos para accionar y mejorar la calidad de vida de sus empleados a través del compromiso propio con la sociedad que apunte a un mundo sostenible y solidario para que las generaciones futuras sigan el camino.

La Responsabilidad Social Empresarial se ha integrado a la cultura organizacional y se ha llegado a entender que no es posible hacer empresa, hacer país, hacer familia sino se tiene en cuenta muchos de los aspectos que implican ser responsables. Por lo anterior con el desarrollo de este trabajo buscamos la realización, diseño e implementación de un Plan de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda. basado principalmente en sus valores corporativos.

Palabras Claves:

Responsabilidad, Comunidad, Estrategias, Empresa, objetivos.

Corporate Social Responsibility or well-known (CSR) refers to the active contribution of the social, environmental and economic improvement of a company, based on strategic business objectives for the good sustainable development of the community without its economic and financial benefits taking precedence over the social aspects. The (CSR) has become a fundamental part of the companies leading them to implement tasks and actions that contribute to their improvement and in this same way they give a positive and friendly way to those involved in the process of generating any service or product that This provides, so we talk about the community in general, the environment and the company's employees.

The Corporate Social Responsibility Plan of Eticos Serrano Gómez Ltda. that is presented in this work is contemplated in a chain of procedures and actions in which the organization is responsible and friendly with the services and products that it offers in the economic, social and environmental field, making known the objectives and strategies proposed of each of the parties involved in the process. The way in which the company Eticos Serrano Gómez Ltda. is developed is generating collective mechanisms to drive and improve the quality of life of its employees through its own commitment to society that points to a sustainable and supportive world so that future generations follow the path.

Corporate Social Responsibility has been integrated into the organizational culture and it has come to be understood that it is not possible to start a business, make a country, make a family, but take into account many aspects that imply being responsible. Therefore, with the development of this work we seek the realization, design and implementation of a Corporate Social Responsibility Plan for the company Eticos Serrano Gómez Ltda. based primarily on your corporate values.

Keywords:

Responsibility, Community, Strategies, Company, objectives.

El presente trabajo consiste en la elaboración de un informe de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda., consolidado como un documento de gestión que evalúa las principales necesidades sociales económicas y ambientales de la organización, para plantear estrategias de gestión en pro del mejoramiento del entorno de la empresa.

En este trabajo se redacta el código de conducta donde se formula los valores corporativos de la empresa en todas sus unidades de negocio, el cual lleva inmerso las políticas, su reglamento interno y manual de convivencia, proporcionando las normas organizacionales que se deben seguir interna como externamente. Seguidamente se identifican los interlocutores y los distintos grupos de interés o Stakeholders que participan en el proceso, se formulan los objetivos estratégicos, los cuales son alcanzables a corto, mediano y largo plazo según las necesidades económicas, sociales y ambientales de la empresa.

Después de identificados los objetivos se elaboran estrategias para el mejoramiento del desempeño económico, social y ambiental en las que participarán los distintos grupos de interés tanto internos como externos, estrategias que serán evaluadas periódicamente a través de indicadores que permitan la verificación del logro de los objetivos propuestos, para lo anterior se ha diseñado un plan de comunicación el cual es la hoja de ruta donde se especifica el cómo, cuándo y de qué manera se van a socializar todas las estrategias y los avances del RSE, con los grupos de interés o Stakeholders. Finalmente se recomienda el modelo de informe de gestión que más se adecúa al plan de responsabilidad social empresarial propuesto para la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda.

Objetivo General

Diseñar el Plan de Responsabilidad Social Empresarial (PRSE) para la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda.

Objetivos Específicos

- Proponer una empresa del entorno o lugar de trabajo con su direccionamiento estratégico que permita el diseño del Plan de Responsabilidad Social Empresarial.
- Redactar el código de conducta para la empresa escogida Éticos Serrano Gómez Ltda.
- Realizar un video de contextualización sobre RSE vs Marketing corporativo de la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda.
- Diseñar el mapa genérico de los Stakeholders para la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda. y su relación de influencia vs impacto.
- Elaborar el plan de acción de la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda. a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales generados por esta, incluyendo estrategias de solución que al ser adoptadas aporten valor a la organización.
- Socializar el Plan de Responsabilidad Social Empresarial diseñado para la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda.

1. Propuesta del Plan de Responsabilidad Social Empresarial – Empresa Éticos 1

Serrano Gómez Ltda.

Fundamentos Teóricos - La Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

“La responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental. El cumplimiento de estas normativas básicas no se corresponde con la responsabilidad social, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad. Sería difícilmente comprensible que una empresa alegara actividades de RSE, si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad” (Gómez Celestino, 2013)

El concepto de responsabilidad social empresarial tiene diversas acepciones, dependiendo de quién lo utilice. Las más holísticas y progresistas, hacen referencia a que una empresa es socialmente responsable cuando en su proceso de toma de decisiones valora el impacto de sus acciones en las comunidades, en los trabajadores y en el medio ambiente, e incorpora efectivamente sus intereses en sus procesos y resultados.

Las principales responsabilidades éticas de la empresa con los trabajadores y la comunidad son:

- Servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas.
- Crear riqueza de la manera más eficaz posible.
- Respetar los derechos humanos con unas condiciones de trabajo dignas que favorezcan la seguridad y salud laboral y el desarrollo humano y profesional de los trabajadores.
- Procurar la continuidad de la empresa y, si es posible, lograr un crecimiento razonable.
- Respetar el medio ambiente, evitando en lo posible cualquier tipo de contaminación, minimizando la generación de residuos y racionalizando el uso de los recursos naturales y energéticos.
- Cumplir con rigor las leyes, reglamentos, normas y costumbres, respetando los legítimos contratos y compromisos adquiridos.

- Procurar la distribución equitativa de la riqueza generada.⁶
- Seguimiento del cumplimiento de la legislación por parte de la empresa.
- Mantenimiento de la ética empresarial y lucha contra la corrupción.
- Supervisión de las condiciones laborales y de salud de los/as trabajadores/as.
- Seguimiento de la gestión de los recursos y los residuos.
- Revisión de la eficiencia energética de la empresa.
- Correcto uso del agua.
- Lucha contra el cambio climático.
- Evaluación de riesgos ambientales y sociales.
- Supervisión de la adecuación de la cadena de suministro.
- Diseño e implementación de estrategias de asociación y colaboración de la empresa.
- Implicar a los consumidores, comunidades locales y resto de la sociedad.
- Implicar a los empleados en las buenas prácticas de RSE
- Marketing y construcción de la reputación corporativa.
- Mejorar las posibilidades y oportunidades de la comunidad donde se establece la empresa.

La Empresa Éticos Serrano Gómez Ltda.

3

“Éticos Serrano Gómez fue fundada el 3 de febrero de 1979 en Valledupar como distribuidora mayorista en el sur de la Guajira y el Cesar. Inicia operaciones desde su nueva sede en Barranquilla el 2 de diciembre de 1990, en Sincelejo el 1 de diciembre del 2000, en Bogotá el 27 de marzo de 2006 y por último en la ciudad de Cali el 2 de diciembre de 2010.

Es una empresa dedicada a la distribución y venta de medicamentos, productos de aseo personal y consumo masivo tiene su sede principal en la ciudad de Barranquilla, la cual es la encargada de todas las compras a sus proveedores para su abastecimiento y el de los otros cuatro Cedis ubicados en las ciudades de Valledupar, Sincelejo, Bogotá y Cali, al igual que el reabastecimiento a sus más de 300 puntos de venta lo que nos permite brindar mejores niveles de servicio y oportuna atención en más de 270 municipios del país.

La compañía tiene una amplia capacidad de almacenamiento de más de 8.000 MT2 y actualmente comercializa más de 14.000 referencias de medicamentos y productos de los laboratorios más prestigiosos del país” (EMIS, 2019)

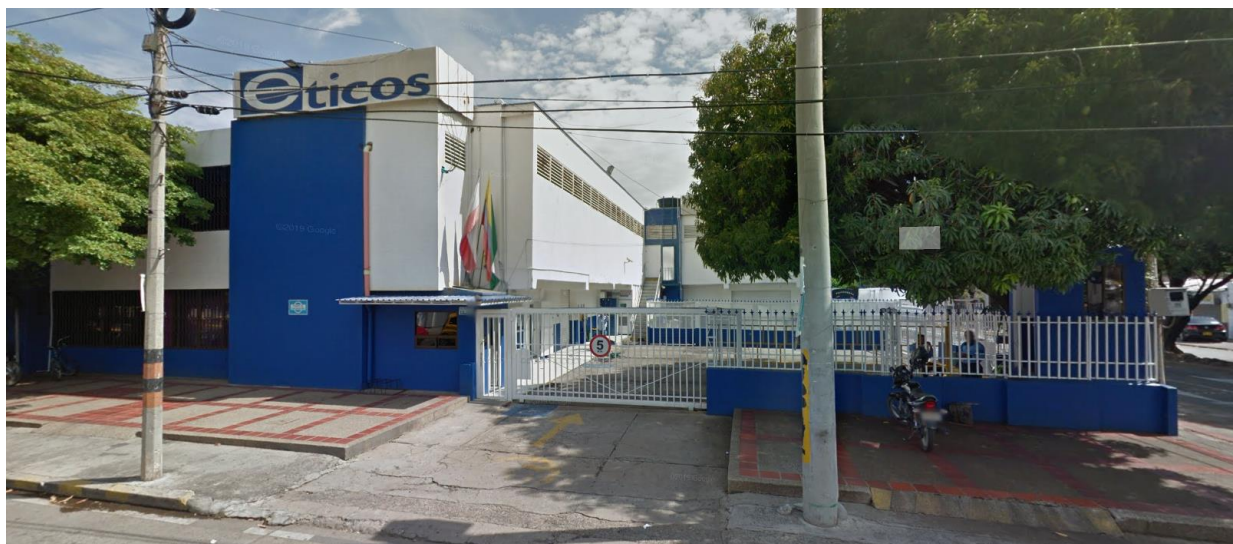


Ilustración 1 Fachada empresa Éticos Serrano Gómez Ltda. – Cedis Valledupar

Fuente: EMIS, 2019

Datos Financieros Claves

4

A continuación, la Tabla 1 nos muestra datos financieros de crecimiento anual los cuales son importantes para el análisis y toma de decisiones para la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda.

Tabla 1 Datos financieros claves de crecimiento anual.

Tasa de crecimiento anual de los últimos dos años en divisa local COP.	
Ingresos netos por ventas	14,52% ▲
Total Ingreso Operativo	14% ▲
Ganancia operativa (EBIT)	21,94% ▲
EBITDA	21,88% ▲
Ganancia (Pérdida) Neta	47,54% ▲
Activos Totales	20,79% ▲
Total de patrimonio	10,10% ▲
Margen Operacional	0,2% ▲
Margen Neto	0,43% ▲
Rendimiento Sobre El Patrimonio (ROE)	3,92% ▲
Relación Deuda/Capital	-11,33% ▼
Prueba Ácida	-0,04% ▼
Coficiente De Efectivo	-0,02% ▼

Fuente: (EMIS, 2019)

Misión

Somos un grupo humano dedicado a proteger la salud a través de la comercialización de productos que proporcionan bienestar ofreciendo a la comunidad calidad, seguridad y economía con un equipo humano comprometido con la excelencia operacional para el bienestar de los empleados, clientes, proveedores y accionistas.

Visión

Seremos innovadores, liderando el sistema de comercialización y distribución de productos que proporcionan bienestar a la comunidad, excediendo las expectativas de clientes y proveedores, contando con un equipo humano responsable y comprometido, que garantice la excelencia operacional con responsabilidad social y brindando un adecuado retorno a los socios.

Valores Corporativos

Ser una empresa ética ofreciendo surtido, amabilidad y oportuna atención con productos y prácticas confiables que contribuyen al bienestar de nuestros clientes, su base fundamental es:

- Compromiso con la calidad y el servicio.
- Integridad en todo lo realizado.
- Competitividad con efectividad.
- Talento Humano.

Evaluación del Desempeño de la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda.

6

En la tabla 2 se muestra la evaluación del desempeño de la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda., en los tres escenarios económico, social y ambiental tanto interna como externamente y su impacto generado.

Tabla 2 *Evaluación del desempeño.*

Formato de evaluación Impacto empresa Éticos Serrano Gómez Ltda.			
Problema		Impacto	Prioridad atención (alta, media, baja)
Económico	Interno: La compañía ETICOS tiene un alto capital económico, pero también un pasivo bastante elevado en todos sus clientes entre ellos el más importante en la parte institucional, lo cual su poco recaudo genera atraso en el pago de la cartera vencida a sus proveedores.	Negativo ya que por el atraso en sus pagos los proveedores retienen el despacho de la mercancía requerida por la empresa. Esto causa poca disponibilidad de productos de alta rotación.	Alta
	Externo: Disponibilidad y calidad en los productos y proveedores que distribuye la compañía en todos sus clientes y droguerías propias.		
Social:	Interno: Carga laboral un poco alta causando inconformidad en los salarios, enfermedades de tipo ergonómico causando ausencias por incapacidades laborales.	Negativo a causa de agotados en la dispensación a usuarios y clientes.	Media
	Externo: Agotados en productos de alta demanda de usuarios y/o clientes lo cual causa inconformidad, demoras y retrasos.		
Ambiental:	Interno: Manejo de residuos y productos vencidos que requieren una disposición adecuada.	Negativo por queja de clientes realizando devolución en productos alterados.	Alta
	Externo: Altas temperaturas que causan alteraciones en los productos que se manejan.		

Fuente: *Elaboración propia grupo colaborativo 20*

1.2. Justificación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) 7

Con respecto a la empresa Éticos Serrano Gómez y la evaluación realizada, podemos determinar que la compañía no solo debe preocuparse por su crecimiento económico, sino que además debe estar dispuesta a contribuir en el buen desarrollo social y ambiental donde tiene un gran impacto, que no solo generaría grandes beneficios para ella sino para sus empleados y clientes. La empresa debe enfocarse en políticas internas que contribuyan al desarrollo social de sus empleados mejorando su calidad de vida basada en unas condiciones de trabajo dignas que proporcionen seguridad y salud laboral, lo cual repercutiría en su sostenibilidad y posicionamiento en el medio que se desempeña que es la rama de la salud.

La empresa Éticos Serrano Gómez Ltda., tiene un manejo operativo de alto desempeño, el cual debe tener mejoras en su ejecución para contribuir en la optimización de la calidad de vida de sus operarios y éste a la vez redundará en beneficios para la región como lo es el empleo a más de 1200 personas en promedio, lo cual es una gran oportunidad para los jóvenes, lo cual conlleva a un crecimiento económico de la región.

La creación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial buscará mejorar su visión entre sus clientes logrando una mayor empatía y trayendo consigo nuevos clientes, con esto no solo el beneficio es para la sociedad en general sino su posición en el mercado donde se desempeña, obteniendo con esto incremento en sus utilidades.

2.1. Modelo de Innovación Organizacional

Inicialmente, Schumpeter (2010) concibe la actividad innovadora como la realización de nuevas combinaciones (recombinaciones de elementos materiales y cognitivos que anteriormente existían) en la actividad del emprendedor. Carlson & Wilmot (2006), complementan la idea anterior abriendo paso no sólo a la mera combinación sino a la implementación de ideas que generan valor para el consumidor y crecimiento económico para las empresas. Vale la pena resaltar el hecho que la innovación constituye un importante elemento dentro del quehacer de las organizaciones dado que se ubica como una fuente de generación de valor en el contexto de empresas (Hamel, 2006).

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico ([OCDE], 2005), se establece que la innovación es la introducción de un nuevo o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. Una empresa innovadora, en cuanto a producto o proceso, es una empresa que ha introducido un nuevo producto o proceso, o lo ha mejorado significativamente, durante el período en estudio, siendo las que logren mantener cambios en ambos frentes los generadores de innovación tecnológica.

Según Daft (2005) se define como “la adopción de una idea o conducta nueva en la industria, mercado o ambiente en general de la organización” (p. 404). Así mismo, el modelo de innovación organizacional, se traduce en el acogimiento de ideas o comportamientos novedosos en las empresas, el cual posibilita dentro de su ambiente, el desarrollo o gestación de ideas dentro de la organización que modifican el entorno organizacional de los trabajadores en lo que se refiere a la forma de trabajo de los empleados, el impacto en su cultura organizacional y además la agilización de los procesos que denotan una ventaja positiva en el cumplimiento de tiempos así como la contribución a la eficiencia y la eficacia de la organización. Es decir, los procesos de innovación organizacional se torna importantes siempre y cuando la gestión de este se ancle con la estrategia empresarial, si esta no se encuentra anclada se tornará difícil el manejo de este tipo

de modelo , así mismo el conjunto de cambios que reúne, intenta agrupar actividades que anteriormente se encontraban aisladas y que en dicho punto de la gestión de los procesos organizativos podrían pasar desapercibidas o encontrarse no alineadas conforme a la gestión del cambio que en el momento compete.

En las organizaciones, hoy en día la innovación forma una parte crucial para la obtención de ventajas en el mercado sobre los competidores, es aquella forma de interactuar de manera distinta en el mercado con el fin de ofrecer productos o servicios diferenciadores y en el caso descrito hasta capacidades diferentes en el recurso humano de la empresa, por medio de la gestión de ambientes propicio para la gestación de ideas por parte de los empleados que coadyuven a la empresa no solo a ofrecer bienes o servicios innovadores sino a marcar una singularidad en el mercado donde la competencia queda irrelevante frente a la implementación de nuevos procesos de la empresa

“La Ética Institucional interfiere directamente en la imagen y la reputación que los empleados, colaboradores, clientes y la comunidad posee de una Institución. Un Código de Ética y/o Conducta se constituyó en una útil herramienta para “transmitir” valores, principios y presentar la misión y visión Institucional basados en reflexiones teóricas sobre éstos y consideraciones respecto a conductas éticas sobre la actuación. Los valores y las prácticas influyen en la construcción y consolidación de la confianza que consolida y asegura una buena reputación.

- 1º. Paso** – Constitución de un Comité de Gestión para el Código Ética.
- 2º. Paso** – Atribuciones (facultades) del Comité de Gestión para el Código de Ética.
- 3º. Paso** – Estrategia de Comunicación.
- 4º. Paso** – Código Borrador o Proyecto de Código.
- 5º. Paso** – Contenido, actualización y revisión.
- 6º. Paso** – Evaluación del Código Borrador o Proyecto de Código.
- 7º. Paso** – Revisión del Código Borrador con el Comité de Gestión del C.E.
- 8º. Paso** – Divulgación del Código de Ética Institucional.
- 9º. Paso** – Actuación de los Gestores o Tutores del Código.
- 10º. Paso** – Presentación a los nuevos empleados y/o colaboradores.

En la práctica los Código debe intervenir en la regulación de las relaciones del personal, para que no exista discriminación entre ellos, fomentando la conducta honesta de los empleados incentivando la conducta digna, de acuerdo con los patrones éticos de la sociedad y del ambiente de trabajo, creando la cordialidad de trato, la confianza, el respeto, independientemente de la posición jerárquica.” (The Smart Campaign, 2018)

Decisión de la Alta Dirección

El representante Legal y Junta Directiva de la Empresa ETICOS SERRANO GÓMEZ LTDA, con el propósito de implementar procesos y procedimientos que contribuyan en el cumplimiento de los objetivos empresariales y las metas propuestas con el ánimo de resaltar y promover la aplicación de principios éticos y valores en cada uno de los aspectos que desarrolla la organización, expide el presente código de conducta acorde a la políticas de la empresa como un instrumento normativo de comportamiento que tiene aplicación tanto a nivel interno como en el entorno; de cara a la competitividad de la compañía en el desarrollo de su actividad económica con enfoque de distribución y venta de medicamentos y productos de aseo personal y consumo masivo; buscando fortalecer la comercialización que actualmente desarrolla, encaminado a generar confianza, continuidad y permanencia en el mercado en el que se desempeña.

A quién aplica

Para todos los involucrados tanto interna como externamente en la organización ETICOS SERRANO GÓMEZ LTDA, uno de los objetivos es que se vuelva la bandera de esta organización y que se reconozca la buena conducta de todos los involucrados con la empresa.

Conformación de un equipo que lo dinamice

Principalmente el equipo está dirigido por la Gerencia General de la empresa y el jefe de cada área representativa tanto en la parte administrativa como operativa de la empresa, tanto en los cedis principales de cada ciudad como en la cadena de droguerías ubicadas en las diferentes poblaciones.

Se conformó un equipo de divulgación inicialmente, pero a corto plazo el objetivo es que 12 cada colaborador de la organización se apropie de este código, lo divulgue y lo vuelva su manual para el diario vivir en su espacio de trabajo y en lo personal.

Instancias de Sensibilización y Participación

ETICOS SERRANO GÓMEZ LTDA no quiere imponer a la fuerza un código de conducta que genere controversia o que alguien se sienta hostigado, ese código busca involucrar a todos, que se vuelva un equipo de trabajo constante para mejorar cada día y aplicar las buenas conductas y que podamos recibir las sugerencias y reflexiones que nos deja la aplicación de este código.

Recopilación de Insumos y Redacción Provisoria

Se hizo un estudio y se analizó la información por el equipo conformado para adecuar la organización a los valores integrados a los que deseamos llegar y cuál es el camino para llegar al objetivo propuesto, las herramientas e insumos a los que debemos acudir para un código eficaz y transparente.

En la Ilustración 2 se ven reflejados muchos de los valores corporativos de la empresa Éticos Serrano Gomez Ltda., con los cuales basa su código de conducta y su forma de trabajo.

Todo lo que determina nuestro compromiso en el trabajo.



Ilustración 2 Memoria Actividades (2017).

Solidaridad y Medios.org. Recuperado de <http://www.solidaridadymedios.org/?p=14142>

Es una formulación de los valores corporativos vigentes en todas las regiones de la compañía y las unidades de negocio de Drogas La economía.

El espíritu principal de este código de conducta es impregnar las políticas internas que maneja la compañía, al igual que su reglamento interno y manual de convivencia, las cuales nos proporcionan las normas que debemos tener diariamente en nuestra vida laboral.

En él se describen y explican las normas y los objetivos que reflejan nuestro compromiso de actuar de forma responsable, ética y legal.

La ilustración 3 muestra el enlace que deben tener los valores corporativos de la empresa con los que se determina el código de conducta.

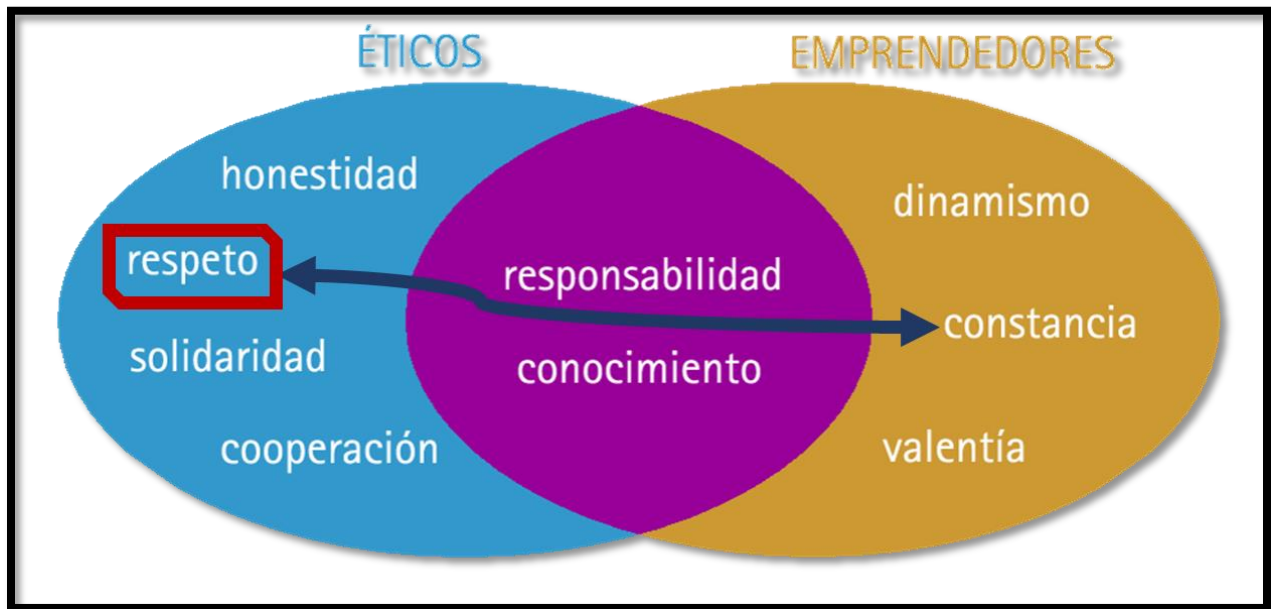


Ilustración 3 *Sistemas de Capacitación Emprendedores* (2014).

El Respeto y la Tolerancia. Recuperado de <https://siscapem.files.wordpress.com/2014/08/respeto.png>

Gran parte de los colaboradores mantienen contacto con nuestros proveedores y aliados, por lo cual nuestra imagen como compañía dependerá en gran parte de cómo sus empleados actúen y la integridad personal no podrá ser puesta en duda en ninguna circunstancia o ningún tipo de rumor de pasillo.

1. UN LUGAR DE TRABAJO PROFESIONAL Y RESPETUOSO

Todos los empleados de ETICOS SERRANO GÓMEZ LTDA, deben tratar a los clientes, compañeros de trabajo, proveedores y vendedores con respeto, dignidad, honestidad, e integridad en todo momento, lo cual es una de las principales virtudes de la empresa. Debe ser una práctica comercial continua y sólida basada en lo correcto.

2. UN LUGAR DE TRABAJO SEGURO Y SALUDABLE.

En ETICOS SERRANO GÓMEZ compartimos la responsabilidad de mantener un lugar de trabajo seguro, confiable y saludable, en donde se pueden realizar negocios de una manera que se cumpla con nuestras responsabilidades mutuas, con nuestros clientes, proveedores y el público en general.

3. UN TOTAL COMPROMISO CON LA DIVERSIDAD

Nuestra empresa es inclusiva, lo cual es clave para el éxito y logro total de los objetivos con lo que atraeremos, retendremos y desarrollaremos una fuerza laboral altamente calificada, dedicada y diversa. ETICOS SERRANO GÓMEZ LTDA mantiene negocios con diversos proveedores por lo cual se reusa a tener relaciones comerciales con aquellos que practiquen la exclusión.

4. LA DISCRIMINACION Y EL ACOSO

En ETICOS SERRANO GÓMEZ estamos totalmente comprometidos a mantener un lugar de trabajo libre de la discriminación y el acoso, incluido el acoso sexual o el acoso laboral basado en la jerarquía de cargos.

Se respetará y cumplirá con todas las leyes que brindan igualdad de oportunidades a las personas sin respecto a raza, color, religión, edad, género, orientación sexual, identidad de género, discapacidad, estado civil, o cualquier otro.

16

El acoso bien sea cualquiera que se dé puede presentarse en muchas formas e incluye conducta o lenguaje que crea un ambiente de trabajo hostil y ofensivo, el cual puede ser físico, verbal o visual. No se tolerará tal comportamiento entre empleados, y si lo hubiese este debe ser informado a su jefe inmediato si así fuese necesario, o a la oficina de recursos humanos, para así confrontar al acosador y pedirle que corrija su comportamiento.

5. SEGURIDAD LABORAL Y PROTECCION AL MEDIO AMBIENTE

Cada día estamos más comprometidos con la responsabilidad de mantener un lugar de trabajo seguro el cual cumpla con la protección del medio ambiente, implementando políticas de salud ocupacional y seguridad social en el lugar de trabajo, proporcionando los recursos necesarios para cumplir cada compromiso con el trabajador. Se deben realizar inspecciones continuas para garantizar nuestra política ambiental.

6. SIGNOS DE VIOLENCIA EN EL LUGAR DE TRABAJO

ÉTICOS SERRANO GÓMEZ está comprometido a mantener un ambiente de trabajo libre de cualquier tipo de violencia, incluyendo armas de fuego, e incluso cualquier comportamiento abusivo y amenazante para cualquier empleado.

En las instalaciones de la empresa no se debe participar ningún comportamiento violento o amenazantes hacia sus compañeros de trabajo, clientes, proveedores o socios comerciales e incluso personas visitantes.

Siempre se mantendrá un lugar de trabajo libre de armas de fuego o cualquier tipo de objeto peligroso que pueda poner en peligro la vida de cualquier persona, y bajo ninguna circunstancia se permitirá el uso de cualquier arma en las instalaciones de la compañía, en un vehículo de la empresa, o mientras se encuentre dentro de la empresa.

7. ALCOHOLISMO Y DROGAS

El uso de sustancias como el alcohol son incompatibles con la salud y la seguridad en el lugar de trabajo, por lo que es inadmisiblesu uso dentro de las instalaciones de la compañía.

Ningún empleado puede presentarse a trabajar bajo la influencia del alcohol, drogas ilegales o 17 cualquier sustancia no permitida, por lo cual si se está tomando medicamentos que puedan afectar su capacidad de respuesta, se debe notificar a su jefe inmediato y a Recursos Humanos.

No se deben usar ni tener drogas ilegales mientras esté en las instalaciones de la empresa, en un vehículo de la compañía, o en horarios laborales.

La posesión y uso del alcohol está completamente prohibido dentro de la empresa, mucho menos laborar bajo los efectos de este.

8. CONDUCTA INAPROPIADA FUERA DEL LUGAR DE TRABAJO

Todos los empleados de ETICOS SERRANO GÓMEZ LTDA deben evitar cualquier mala conducta fuera de nuestro lugar de trabajo y que pueda afectar nuestra capacidad para hacer nuestra labor diaria o a su vez afectar la reputación de la empresa o los intereses comerciales en los que se desenvuelve.

9. PRIVACIDAD DEL EMPLEADO

La empresa tomará las medidas necesarias para mantener y proteger la información personal y confidencial de cada uno de los empleados, incluyendo números de identificación, contraseñas, cuentas bancarias e información médica. En ninguna circunstancia deben acceder a información para su divulgación fuera de la empresa de otro empleado obtenida de registros de la compañía a menos que esté actuando para propósitos adecuados y de conformidad con las reglas y políticas internas de la empresa.

10. VIDEOGRABACION EN EL LUGAR DE TRABAJO

Para mantener un ambiente de trabajo seguro y confiable ETICOS SERRANO GÓMEZ LTDA monitorea con videograbación a los empleados dentro de las instalaciones de la compañía, de conformidad con las leyes actuales. La videograbación y monitoreo se aplica dentro de las instalaciones y vehículos de la empresa para garantizar total seguridad.

En cualquier situación registrada que involucre seguridad o sospecha de mala conducta por cualquiera de los empleados la empresa, esta se reserva el derecho a grabar y monitorear sin

previo aviso dentro de las instalaciones de la compañía para contener evidencias consistentes y¹⁸ tomar las medidas necesarias.

11. CONFLICTOS DE INTERES

Se debe evitar cualquier tipo de relación o actividad que pueda perjudicar su habilidad para tomar decisiones objetivas y justas cuando realiza su trabajo. En todo momento y circunstancia donde se actúe en nombre de la empresa, se deben promover los intereses legítimos de la empresa, o en casos cuando se identifica una situación donde los intereses de la empresa están siendo perjudicados se debe informar inmediatamente a quien corresponda. Por otra parte no se debe usar la información confidencial de empresa para beneficio personal.

12. CONFLICTO DE INTERESES PERSONALES

ÉTICOS SERRANO GÓMEZ LTDA no permite relaciones personales que puedan crear conflictos tanto interna como externamente como en nuestras interacciones con terceros. No se debe usar la posición jerárquica que se tiene en la empresa para promover sus intereses personales o la de amistades y familiares.

Si un miembro de la familia o persona con quien se tenga una relación personal cercana es empleado de otra empresa que hace negocios con ETICOS SERRANO GÓMEZ, este no podrá interactuar con esta persona sobre negocios entre ETICOS y esa entidad externa.

13. EMPLEOS EXTERNOS

No se podrá trabajar externamente por cuenta propia para ayudar a otra empresa que compita en relación con esta empresa.

El trabajo externo no podrá interferir con su trabajo para ETICOS SERRANO GÓMEZ LTDA.

POLITICA DE INTEGRIDAD

19

Honestidad en los servicios nos permite construir canales de fidelización y atención a los clientes de forma oportuna y eficiente con nuestros productos y servicios.

POLITICA DE CALIDAD

El manejo de proveedores de excelente calidad garantiza la calidad de los productos para ser entregados en óptimas condiciones y permitir el reconocimiento del servicio por parte de los clientes.

POLITICA DE CREDIBILIDAD

Nuestra experiencia y liderazgo en los mercados permite posicionar la imagen corporativa de la empresa en los consumidores.

POLITICA DE COMPROMISO PROFESIONAL

La atención a las necesidades nos permite prestar un servicio eficiente y oportuno con un equipo humano idóneo que caracteriza a la empresa.

POLITICA DE COMPETITIVIDAD

Una empresa, para ser competitiva, siempre debe tener en mente la innovación y ajustarse a lo que el mercado necesita en ese momento y mantenerse informada de los cambios de este.

POLITICA DE HONESTIDAD Y RESPETO

Los valores corporativos son las normas de conducta que regulan el ambiente organizacional. Construir relaciones de honestidad y respeto mejoran las dinámicas productivas de la empresa y la toma decisiones con respecto al futuro de la empresa.

POLITICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La contribución activa y de tipo voluntaria para lograr un mejoramiento social, ambiental y económico de parte de las diferentes empresas son el resultado de estrategias, prácticas y gestiones empresariales que buscan lograr el equilibrio entre la economía, lo social y lo ambiental.

POLITICA DE PROTECCION DE LOS RECURSOS NATURALES

20

Se asume el compromiso con el medio ambiente con gran responsabilidad, enfocados en evitar daños ambientales y controlar la contaminación que pueda propiciar las actividades operativas de la entidad, que deben ser aplicadas al uso responsable de residuos sólidos que permitan construir ambientes sanos y de convivencia.

COMPROMISO CON CLIENTES Y PROVEEDORES

La relación con clientes y proveedores es un activo de gran valor, puesto que ese buen nombre le permite obtener clientes, proveedores, créditos que son indicadores de solvencia

El buen nombre coloca a una empresa en posición ventajosa frente a la competencia, facilitándole su incursión o sostenimiento en el mercado, permitiéndose también mejores ventas y en muchos casos a precios un poco más altos, puesto que el consumidor siempre está dispuesto pagar un poco más por tener un producto de reconocimiento y prestigio lo que indudablemente le permite tener una mejor rentabilidad.

2.5. Recursos financieros y decisiones de inversión

21

Para la puesta en marcha del presente código de conducta se cuenta con un presupuesto aprobado de 5.000.000 de pesos distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 3 *Recursos Financieros.*

Recursos Financieros Código de Conducta - Éticos Serrano Gómez Ltda.	
Estudio y análisis de código en la organización:	1.000.000
Actividad social para divulgación:	2.500.000
Fotocopias código:	150.000
Campaña publicitaria del código:	1.350.000

Fuente: *Elaboración propia.*

3.1. Definición de Stakeholders

Stakeholders es una palabra inglesa, que en el ámbito de la empresa, significa parte interesada o interesado. Hace referencia sobre todo a las organizaciones o personas que toman parte en las decisiones de una compañía y que están afectadas por sus actividades. Se podrían considerar por los grupos de interés que rodean a la empresa.

En toda empresa, además de los gestores o dueños, participan distintos grupos sociales y actores importantes, que tienen un claro interés en que el negocio funcione de la mejor manera posible. Pueden estar implicados de forma directa o indirecta (García Iván, 2017). Entre los ejemplos de Stakeholders de una empresa, encontramos a los trabajadores por cuenta ajena que tenga en plantilla, proveedores, inversores, accionistas, socios, clientes, entes públicos, sindicatos, organizaciones civiles, entidades no gubernamentales y en definitiva el conjunto de la sociedad. Vemos que podemos encontrar Stakeholders internos y externos.

Los Stakeholders pueden ser agrupados por sus intereses comunes, lo que permite al proveedor de servicios desplegar sus recursos de manera más eficaz al responder a los problemas. Por cada servicio que diseñes debes contar con un esquema que te permita visualizar claramente quiénes participan y en qué forman afectan e interactúan con todas las partes en el servicio.

Principales categorías de Stakeholders

Según (Navarro Francisco, 2016), hay distintas formas de clasificar a los Stakeholders y cada empresa debe elegir la que mejor se adapte a sus necesidades.

Por ejemplo, se puede hacer en función de la proximidad a la empresa, distinguiríamos entonces entre:

- **Stakeholders Internos**, vinculados a la organización de manera directa, como los accionistas, socios, directivos, trabajadores, sindicatos, socios estratégicos, etc.

- **Stakeholders Externos**, que serían los restantes grupos de interés no vinculados de manera directa a la empresa, como los consumidores, Administración Pública, las ONGs, los grupos de presión, los competidores, etc. 23

Otra forma de clasificar a los Stakeholders sería por círculos concéntricos, en donde encontraríamos:

- **Primer Círculo**, que atañe al ámbito de la empresa, en él encontraríamos a los accionistas, a los directivos, a las filiales y a los empleados.
- **Segundo Círculo**, relacionado con el mercado: en él estarían los clientes, los proveedores y los competidores.
- **Tercer Círculo**, que se refiere a la comunidad local, nacional o internacional, en donde estarían las Administraciones Públicas, la sociedad en general, el medioambiente, las ONGs, etc.

Por último, tendríamos la clasificación por esferas de interés, que se divide en:

- **Esfera social**: empleados, clientes y asociaciones de clientes.
- **Esfera pública**: compuesta por la Administración Pública, Asociaciones Sociales o Medioambientales, medios de comunicación, ONGs, entre otros.
- **Esfera Económica**: en donde se encontrarían los accionistas, los mercados, las agencias de calificación, los distribuidores, o los proveedores.
- **Esfera Industrial y Científica**: compuesta por las Organizaciones Profesionales, las Entidades de Investigación y Desarrollo o las Universidades.

Estos serían los tipos de clasificación que suelen usarse a la hora de desarrollar una política de comunicación y relación con los Stakeholders de la empresa.

3.2. Mapa Genérico de los Stakeholders

En la ilustración 4 se puede identificar los interlocutores y los distintos grupos de interés o Stakeholders que participan en el proceso económico de la empresa Éticos Serrano Gómez.

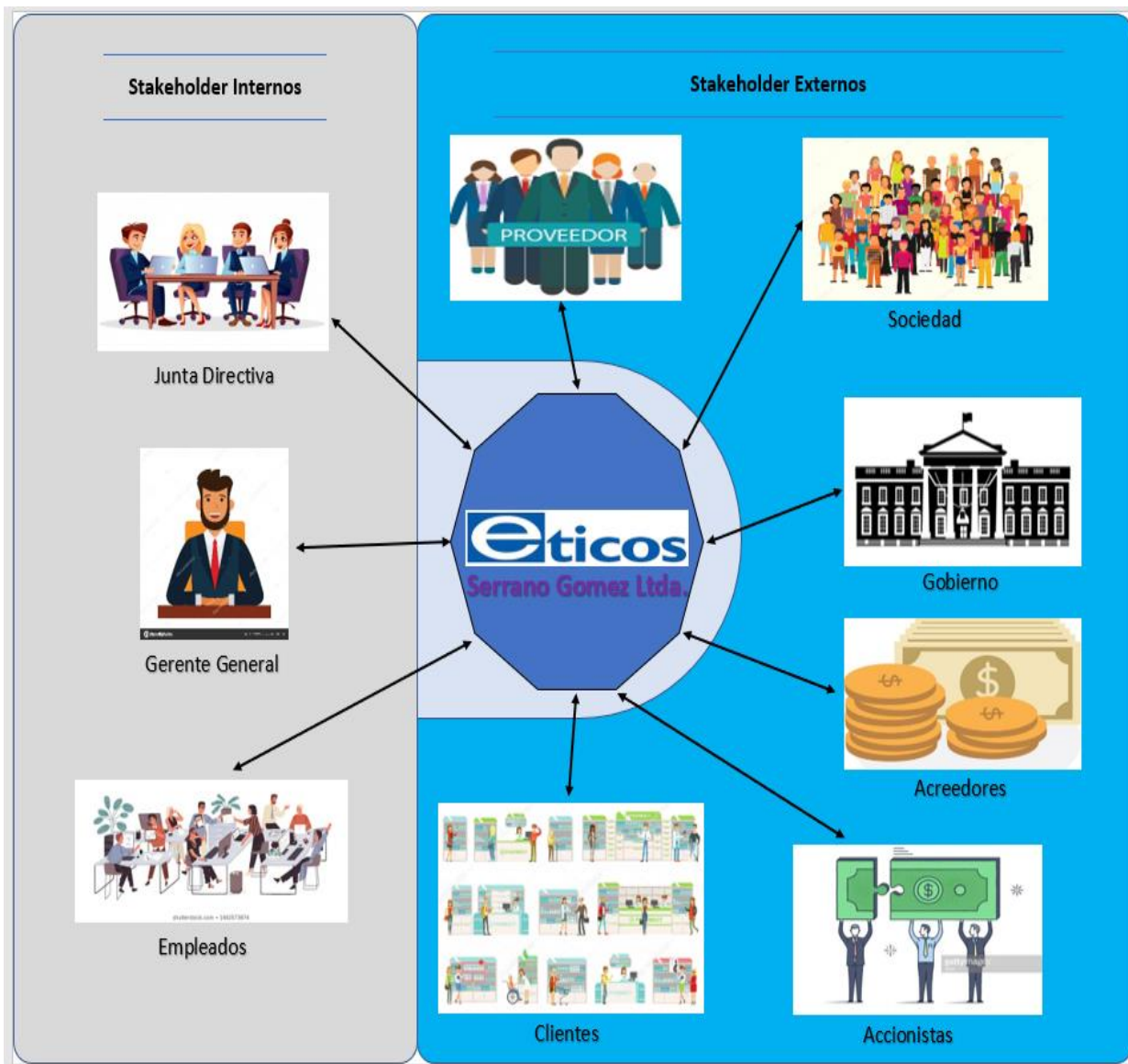


Ilustración 4 Mapa Genérico de Stakeholders

Fuente: *Elaboración propia*

3.3.Descripción de los Stakeholders

25

Junta Directiva: es el órgano administrativo o grupo de personas que pertenecen a la Empresa Éticos Serrano Gómez Ltda., las cuales dirigen todo su funcionamiento y toma de decisiones, además establecen el plan estratégico de la compañía y todos los estatutos que la rigen.

Gerente General: Gustavo Visbal Galofre quien tiene el más alto rango jerárquico de la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda., el cual se encarga de su administración y tiene la responsabilidad de la planificación, organización y supervisión de todas y cada una de las actividades que desempeña la empresa.

Empleados: los activos más importantes que tiene la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda., ya que son la puesta en marcha y son la cara de la compañía, quienes se encargan de forma directa e indirecta de la satisfacción de todos los clientes.

Proveedores: los laboratorios farmacéuticos y/o fabricantes a los cuales la empresa les compra los productos distribuidos y/o vendidos a clientes y en su cadena de droguerías.

Clientes: todos aquellos que adquieren productos o servicios de la empresa de forma frecuente, además las personas o compradores directos que adquieren productos en la cadena de Droguerías la Economía.

Accionistas: socios y capitalistas que invierten en la compañía, los cuales buscan un objetivo para el grupo como para la empresa.

Acreedores: entidades financieras y otros que se les adeuda por conceptos de pago a proveedores.

Sociedad en General: todas las personas de las poblaciones que se relacionan entre sí, y que podrían ser afectadas por el desempeño de la empresa, bien sea positiva o negativamente.

Gobierno: tanto local, municipal, departamental y nacional que intervienen en los permisos para ejecución de las droguerías. Secretarías de salud e Invima los cuales intervienen en la regulación y legalidad de los productos vendidos.

3.4. Matriz de Influencia vs Impacto

En la ilustración 5 que muestra la matriz de influencia se valora el impacto que tiene cada factor sobre los demás y de esta manera identificar la influencia que tienen unos sobre otros.

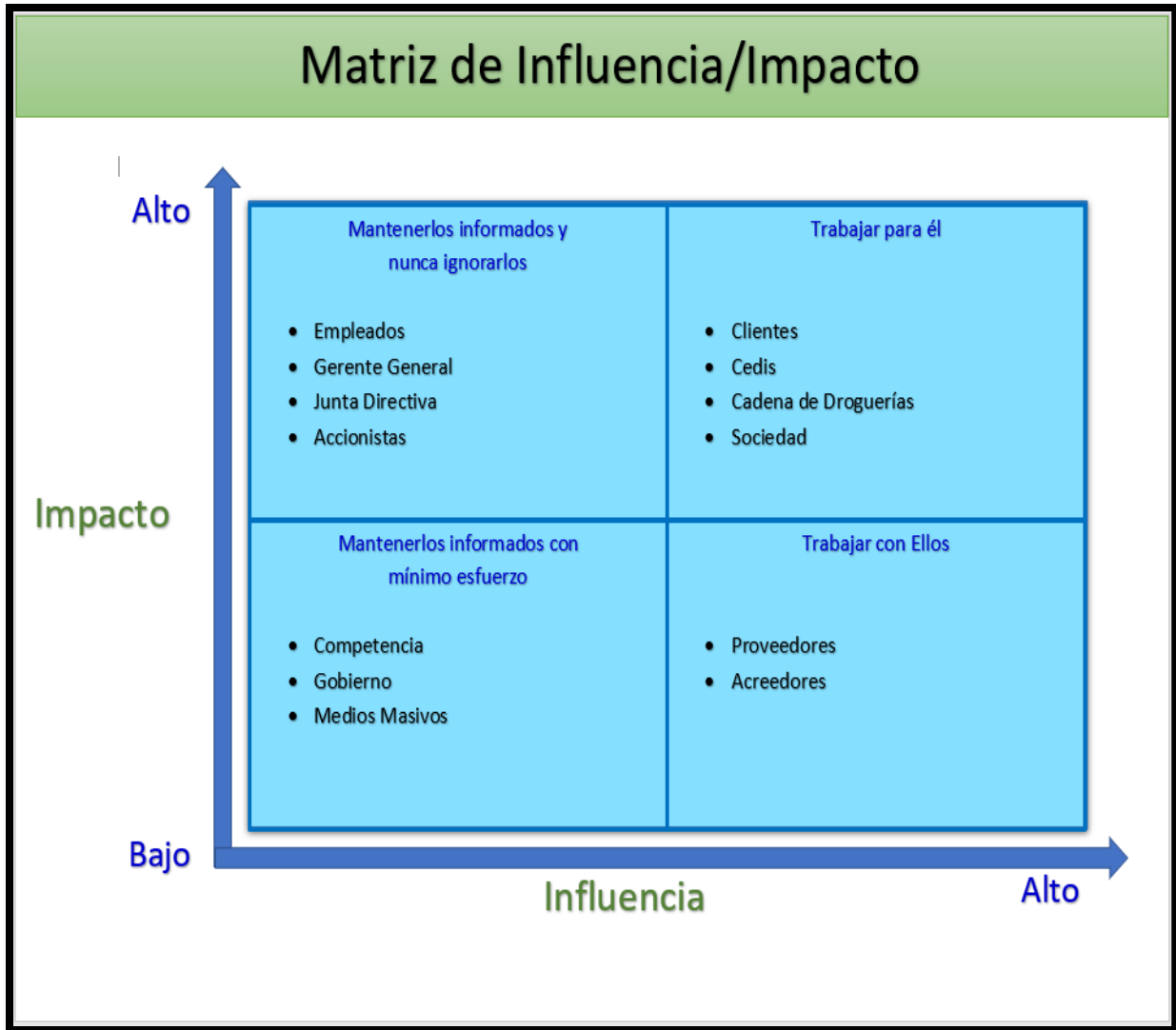


Ilustración 5 Matriz de Influencia vs Impacto

Fuente: *Elaboración propia*

Mantenerlos informados y nunca ignorarlos

El impacto alto son los Empleados quienes son los que ponen en marcha la empresa con su trabajo, el Gerente General, la Junta Directiva y los Accionistas son la cabeza de la organización representan el liderazgo en cuanto a las decisiones y trayectoria de la empresa, siempre van a estar ligados y dependen muchas personas de sus estrategias.

Mantenerlos informados con mínimo esfuerzo

Los Competidores de una u otra manera tienen vínculo con la empresa y forman parte de ella, se suelen informar buscando una competencia sana que proporcione un mejor servicio al llegar con nuestros productos.

El Gobierno son todas las entidades a las cuales la empresa debe reportar sus acciones, por ejemplo, la secretaria de salud quienes intervienen dando autorización para el almacenamiento y manejo de los productos farmacéuticos vendidos, el SIMED a quien se le reporta los precios con los que se comercializan los productos.

Por último, los medios de comunicación quienes son parte importante de los eslabones, pero no se hacen esfuerzo para informarlos, solo intervienen dando a conocer nuestros productos,

Trabajar para él

Los Clientes, Droguerías la Economía y la comunidad en general son la razón de ser de la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda., se debe mantener una relación constante y directa con ellos para que sigamos creciendo y ganando la confianza y la fidelidad de los involucrados. Los clientes sobre todo son la razón de ser de la empresa, sin ellos no sería nada, razón por la cual siempre se les debe brindar la mejor atención y las mejores condiciones.

Trabajar con ellos

Proveedores, Organizaciones afines hacen parte de varias etapas y se deben involucrar constantemente con la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda., son los que proveen de los artículos

o productos que comercializa la empresa, garantizando con ellos el cumplimiento de los objetivos planteados.

28

Los acreedores son aliados ya que influyen en el desarrollo de la empresa, pues con su ayuda forjamos el mantenernos en el mercado en el que se desenvuelve la empresa.

Información General

La Responsabilidad Social Empresarial o RSE hace referencia al entorno bien sea de carácter legislativo, cultural o económico en donde se desenvuelve la empresa que lo desarrolla, además a las repercusiones que puedan tener todas las actividades que realizan hacia los grupos de su entorno. Todas las empresas que emplean la RSE buscan mejorar su imagen institucional en su entorno de desarrollo, es por ello que la RSE es considerada como un modelo de gestión el cual consta de todas aquellas actividades que van enfocadas a contribuir de una u otro forma el bienestar de toda su comunidad, y al mismo tiempo generar beneficios propios para la organización.

Es considerada como una iniciativa propia de cada empresa la cual busca no solo cumplir con sus obligaciones legales, sino también, busca su orientación sobre los tres pilares fundamentales como lo son la responsabilidad económica, social y ambiental de su entorno.

Cuando la empresa decide como practica principal la responsabilidad social debe considerar aspectos que son necesarios y todas sus actividades busquen beneficios colectivos que conlleven a mejorar la calidad de vida de su entorno, algunas de estas serán:

- Tener condiciones de trabajo optimas, las cuales proporcionen salud y seguridad en el lugar de trabajo a todos sus empleados.
- Ofrecer a la comunidad un servicio que garantice productos de alta calidad y en las mejores condiciones para todos.
- Mejorar las posibilidades de desarrollo de toda la comunidad donde desempeña sus actividades.

4.1.Tabla del Plan de Responsabilidad Social Empresarial

La Tabla 4 nos muestra cada uno de los Stakeholders de la empresa con los objetivos, estrategias, plazos, recursos e indicadores que mostrarán el resultado de las acciones planteadas en el desarrollo del plan de RSE en la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda.

Tabla 4 Plan de RSE empresa Éticos Serrano Gómez Ltda.

Plan de Responsabilidad Social Empresarial – Éticos Serrano Gómez Ltda.							
Dimensión	Stakeholders	Objetivos	Estrategias	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económica	Clientes (Droguerías, Abarroteros, Clínicas y Hospitales, Personas del común)	Garantizar la satisfacción de las necesidades de los clientes, por su excelencia en calidad y servicio.	Desarrollar una investigación de mercados a partir de una encuesta que nos permita conocer el nivel de satisfacción de nuestros clientes	12 meses	Dpto. Mercadeo y Ventas Dpto. Rec. Humanos	Indicador 1 (N° encuestados satisfechos / N° total encuestados) *100	Seguimiento mensual para una mejor aplicabilidad de estrategias.
			Desarrollar un plan de mejoramiento en miras de mejorar la atención y optimizar los tiempos en los procesos de la empresa.			Indicador 2 (N° Quejas resueltas con respecto a la atención y tiempos de despacho/Total de quejas recibidas) *100	
			Implementar campañas de fidelización de clientes y apertura de nuevos mercados.			Indicador 3 N° Clientes fidelizados/ N° Clientes potenciales	
	Proveedores (Laboratorios farmacéuticos y de productos populares)	Construir vínculos fuertes con cada proveedor con productos de calidad.	Evaluar y diagnosticar periódicamente sobre calidad, buen precio y garantía en la entrega de los productos.	12 meses	Dpto. de compras Recursos Humanos Técnicos Físicos	Indicador (N° de quejas resueltas por parte de los proveedores/Total de quejas expuestas) *100	Seguimiento Semanal de acuerdo con la atención a cada proveedor.

Social	Accionistas de la empresa	Contribuir a los objetivos de la empresa mediante el ejercicio de estrategias a corto, mediano y largo plazo.	Promover en los accionistas de la empresa espíritu de pertenencia mediante las decisiones que se construyan en la empresa y el eficiente uso de estas.	2 meses	Recursos Humanos	Indicador (N° de decisiones tenidas en cuenta/Total de decisiones tomadas) *100	Seguimiento mensual para garantizar los objetivos.
	Acreeedores (Bancos, entidades financieras y otros)	Crear una buena imagen crediticia ante las entidades financieras	Cumplir con el pago oportuno de las obligaciones financieras Analizar nuevas oportunidades de financiamiento que ofrezcan mejores condiciones de pago para aumentar la liquidez de la empresa.	12 meses	Dpto. de contabilidad, Gerente Financiero	Indicador 1 (No. De obligaciones pagadas puntualmente/número de obligaciones vigentes) *100 Indicador 2 número de obligaciones financieras vigentes/No. De obligaciones financieras proyectadas al año.	Seguimiento mensual, para verificar la eficacia de las estrategias.
	Gerente General	Empoderar los directivos para el correcto desempeño de las funciones dentro de la empresa.	Reconocer las necesidades específicas de cada área de la empresa permitiendo la construcción de un control para su eventual desempeño.	2 meses	Físicos Humanos	Indicador: N° de necesidades corregidas por Área / Total de necesidades expuestas) *100	Mensual con el fin de hacer seguimiento a la resolución de necesidades por área
	Empleados tanto internos como externos de la empresa	Estimular políticas de calidad humana en la empresa para todos sus clientes.	Impulsar con incentivos por su desempeño a empleados que permita la evidencia de políticas que construyan el trabajo en equipo.	3 meses	Humano	Indicador: (N° de quejas relacionadas con la calidad humana de la empresa/ Total de quejas recibidas) *100	Seguimiento mensual para verificar el mejoramiento de la calidad humana en la empresa.

Ambiental	Sociedad en general	Garantizar un excelente servicio a la comunidad en general.	Implementar campañas internas de mejoramiento en el servicio prestado.	2 meses	Recursos humanos Jefes de cada dpto.	Indicador: (N° de personas satisfechas / Total de personas recibidas) *100	Seguimiento mensual para verificar la mejora en cada uno de los servicios prestados.
	Autoridades Ambientales	Sensibilizar a todos sobre la utilización de desechos y recursos sólidos.	Organizar los nodos estratégicos que brinden apoyo dentro de la empresa para la selección de basuras para su respectiva recolección y manipulación, acompañados de programas que ofrezcan incentivos por la participación de los empleados	4 meses	Directores técnicos de cada centro de distribución	Indicador: (N° de incentivos entregados/Total de incentivos disponibles) *100	Seguimiento mensual con el fin de evaluar la efectividad del programa de sensibilización
	Gobierno municipal	Fomentar estudios de impacto ambiental en las actividades de los empleados para minimizar sus efectos.	Capacitar a los empleados sobre la importancia de la implementación de planes de contingencia estratégicos sobre impactos ambientales dentro de la empresa.	2 meses	Personal de salud ocupacional	Indicador: N° asistentes a la capacitación/Total de empleados) *100	Seguimiento mensual con el fin de evaluar la efectividad de las capacitaciones.

Fuente: *Elaboración propia grupo colaborativo 20*

En un estudio reciente (Patricia Nuño, 2017) establece que el plan de comunicación de una empresa es un documento u hoja de ruta donde se traza el cómo, el cuándo y la manera en que dicha empresa se va a relacionar con su público, con el fin de cumplir los objetivos que se proponga.

El plan de comunicación de una empresa es fundamental para planificar todas las acciones comunicativas de una empresa. Con esta planificación las empresas crean el que va a ser su discurso comunicativo general a través de toda su actividad que realiza.

En un plan de comunicación se desarrollan cuál va a ser el camino por seguir para conseguir los objetivos de comunicación establecidos, es por ello que en los planes de comunicación se desarrollan las acciones a seguir tanto de forma interna, como de forma externa, por lo que el plan de comunicación abarca todos los departamentos de la empresa para conseguir las metas propuestas.

Una empresa puede tener los mejores productos del mundo; sin embargo, si no tiene una estrategia de comunicación adecuada y efectiva, nadie los comprará por desconocimiento.

En definitiva, toda empresa debe plantearse desarrollar un plan de comunicación tan pronto como sea posible. De esta manera, se asegurará que los productos y servicios que ofrece lleguen realmente a aquellos usuarios que más lo necesitan. Antes de crear una empresa, es imprescindible tener en cuenta el plan de comunicación que realizaremos para darnos a conocer entre nuestro público objetivo.

4.3.Tabla Plan de Comunicaciones

A continuación, la tabla 5 nos muestra el plan de comunicación propuesto con la frecuencia y los medios de comunicación propuestos para su divulgación y socialización del plan de RSE de la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda., con cada uno de sus actores en sus tres dimensiones económica, social y ambiental.

Tabla 5 Plan de comunicaciones a los Stakeholders empresa Éticos Serrano Gómez Ltda.

Plan De Comunicaciones – Éticos Serrano Gómez Ltda.			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económica	Clientes (Droguerías Independientes, Abarroteros, Clínicas y Hospitales, Personas del común)	Quincenal	Llamadas telefónicas, correos electrónicos, carteleras en lugares visibles en puntos de venta respectivamente.
	Proveedores (Laboratorios farmacéuticos y de productos populares)	Mensual	Correos electrónicos.
	Accionistas de la empresa	Trimestral	Informes internos
Social	Stakeholders	Frecuencia	Medio
	Gerente General	Mensual	Correo electrónico, escrito, oral y audiovisual.
	Empleados tanto internos como externos de la empresa	Mensual	Oral, escrito, audiovisual, carteleras, programas recreativos masivos.
Ambiental	Sociedad en general	Mensual	Redes sociales, boletines informativos, revistas.
	Stakeholders	Frecuencia	Medio
	Autoridades Ambientales	Trimestral	Boletines informativos, revistas electrónicas.
	Gobierno municipal	Trimestral	Correo electrónico, informes

Fuente: *elaboración propia grupo colaborativo 20*

El modelo de informe de gestión que más se adecúa al plan de responsabilidad social empresarial propuesto para la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda., es el denominado GRI (Global Reporting Initiative), el cual brinda a las organizaciones la oportunidad de comunicar su desempeño de forma transparente a toda su comunidad.

El reporte GRI es una memoria de sostenibilidad que busca mostrar el compromiso y transparencia de empresas como Éticos Serrano Gómez Ltda., con sus grupos de interés o Stakeholders, ya sean clientes, proveedores, inversionistas, entidades regulatorias o personas en general, es por ello que facilita la identificación de oportunidades de mejora y habilidades de gestión, para así promover la integridad y el compromiso dentro y fuera de la empresa.

El desarrollo del presente trabajo se realizó basado en la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda., teniendo en cuenta las decisiones responsables que se toman, las cuales tienen pilares integrales de comportamiento dentro de las organizaciones que conllevan a formalizar la conducta humana a través de su estructura. Además, que la toma de decisiones haga el uso correcto de normas que regulen el eficiente desempeño de su organigrama de desarrollo en un mercado cada día más competitivo.

Se propuso esta empresa la cual tiene su direccionamiento estratégico basado en valores fundamentales que permitieron la realización de su código de conducta y de esta forma concretar su plan de responsabilidad social empresarial.

Se evidenciaron los actores involucrados o Stakeholders de la empresa revisando su influencia vs el impacto que cada uno de ellos tiene en el desarrollo de las actividades que la empresa maneja, con el fin de dar estrategias de solución en el plan de acción.

El diplomado de Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) permitió a nosotros como estudiantes la construcción de competencias integrales que contextualizan el panorama organizacional de la empresa escogida para un eficiente desempeño en los lineamientos generales y estructurales competentes en los mercados actuales.

- Alonso, V. (2006). Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España. (pp. 11-38). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3199840&ppg=1>
- Arredondo, T., Villa, C. & De la Garza, G. (2014). Propuesta para el diseño de un código de ética empresarial basado en la ética kantiana. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a02.pdf>
- Arroyo, R. (2012). Habilidades gerenciales desarrollo y destrezas, competencias y actitud, capítulo 2, 3 y 10. Editorial ECOE. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10559782&ppg=11>
- Bautista, R. (2012). Incertidumbre y riesgos: en decisiones financieras, capítulo 8. Editorial ECOS Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=9&docID=3208874&tm=1510659068078>
- Braidot, N. (2014). Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones, capítulo 9. (pp.233-244). Editorial Ediciones Granica. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3186030&tm=1510595750380>
- Braidot, N. (2014). Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement (2a. ed.). (pp. 431-473). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=3224821&tm=1509917711503>
- 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>
- Carballo, R. (2005). Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación, capítulo 1. Ediciones Díaz de Santo. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4183836&tm=1510602265255>
- Carlson, C. & Wilmot, W. (2006). Innovation: the five disciplines for creating what customers want. New York, USA: Crown Business.

- Carvalho, J. (2009). Estados financieros: normas para su preparación y presentación (2a. Edición), capítulo 1. Bogotá, CO: Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=7&docID=3198072&tm=1510664424452> 38
- Córdoba, M. (20014). Análisis financiero, unidad 3. Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=5&docID=4870512&tm=1510665586233>
- Córdoba, M. (2014). Análisis financiero. (pp. 90-94). Bogotá, Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4870512&tm=1511189149110>
- Corredor, C. (2013). Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. ed.). (pp. 206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>
- Cueto, C. & Cuesta, G. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. (pp. 33-38). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4870250&tm=1510367839242>
- Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 1. (p. 13-17) Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>
- 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>
- 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>
- Dacasa, E. (2017). Sobre la ética y la responsabilidad social empresarial. (Spanish). Revista Académica, Facultad De Derecho, 14(29), 43-92. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=lgs&AN=124347352&lang=es&site=eds-live>
- Daft, R. (2005). Teoría y diseño organizacional 8va edición. México: Thomson.

- Daniel Peña, D., Serra, A., & Ramón, J. (2017). FACTORES DETERMINANTES DEL CONOCIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR HOTELERO DEL CARIBE COLOMBIANO. *Revista Ibero-Americana De Estrategía (RIAE)*, 16(2), 104-124. doi:10.5585/riae.v16i2.2475. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=124369750&lang=es&site=eds-live>
- Dávila, L. (2017). OVI – Código de Conducta. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/14162>
- De la Cruz, C. & Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. (Spanish). *Empresa Y Humanismo*, 19(2), 69-118. doi:10.15581/015.XIX.2.69-118. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=117625019&lang=es&site=eds-live>
- De Paula, G., Ferraz, J. & Núñez, G. (2006). CEPAL. Gobernabilidad corporativa, responsabilidad social y estrategias empresariales. (p. 22-46). Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1942/1/S309213P324_es.pdf
- 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>
- Duque, J. (2015). Corrupción, organizaciones criminales y accountability: la apropiación de las regalías petroleras en los Llanos. (pp. 28-40). Editorial Universidad del Valle. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=8&docID=4760789&tm=1510666611584>
- El primer Objeto Virtual de Información, correspondientes a los Modelos gerenciales denominado Porter's Five forces, busca un primer acercamiento del estudiante en torno al tema de la competitividad vista desde otro autor, fortalecer sus competencias en una segunda lengua (Inglés).
- El segundo Objeto Virtual de Información, denominado Código de Conducta hace parte de la misma unidad y su objetivo es contextualizar al estudiante para la redacción del código de conducta, entregándole los elementos más importantes que este debe tener.
- EMIS. (2019). Éticos Serrano Gómez Ltda. Perfil de Compañía | EMIS. Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/CO/Eticos_Serrano_Gomez_Ltda_es_1194065.html

- Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. 40
[N.p.]: ECU. (pp. 17-36, 91-116 y 253. Recuperado de
<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>
- Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial.
Editorial ECU. (pp. 48-50. Recuperado de
<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>
- Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial.
Editorial ECU. (pp. 193-225). Recuperado de
<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>
- Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial.
(pp.36-47 y 229-235). Recuperado de
<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>
- Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial.
Editorial ECU. (pp. 247-252. Recuperado de
<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>
- Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial.
Editorial ECU. (pp. 193-228). Recuperado de
<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>
- Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial.
Editorial ECU. (pp. 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>
- García, I. (2017). ¿Qué son los Stakeholders? | Definición de Stakeholders | Glosario.
Recuperado de <https://www.economiasimple.net/glosario/Stakeholders>
- Garzón-Ruiz, W., Acevedo-Guerrero, J. & Zárata-Rueda, R. (2014). Estatus jurídico de la
responsabilidad social empresarial (RSE) en Colombia. *Díkaion*, 22(2). Recuperado de
<http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490>
- Garzón-Ruiz, W., Acevedo-Guerrero, J. & Zárata-Rueda, R. (2014). Estatus jurídico de la
responsabilidad social empresarial (RSE) en Colombia. *Díkaion*, 22(2). Recuperado de
<http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490>
- Gómez, C. (2013). Responsabilidad Social y Empresarial. Recuperado de
<https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/08/responsabilidad-social-y-empresarial/>

- Gutiérrez, E. (2010). Competencias gerenciales, habilidades conocimiento aptitudes, capítulo 41 2, 4, 6 y 7. Editorial ECOE. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10467058&ppg=9>
- Hamel, G. (2006). The why, what, and how of management innovation. Harvard BusinessReview, 1-11.
- Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. Revista de Derecho, (41), (pp. 51-82). Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&tlng=es
- Jarrín, G. (2015). Habilidades gerenciales la gran industria de Quito, capítulo 2. Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=11379275&ppg=5>
- Lombana, J, G. S & otros. Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. edición). (pp.206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>
- Malfitano, C. Arteaga, R. & Romano, S. (2007). Neuromarketing: celebrando negocios y servicios, capítulo 9. (pp. 244-245). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3186030&ppg=1>
- Narrillos, R. (2013). Economía social: valoración y medición de la inversión social: método SROI. Madrid: Ecobook. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=858381&lang=es&site=eds-live>
- Narvæz, M. (2017). Teoría de los Stakeholders. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/14060>
- Narvæz, M. (2018). Marketing Corporativo vs. Marketing social. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/18149>
- Navarro, N. (2016). Clasificación de Stakeholders y su influencia en la RSC. Recuperado de <https://revistadigital.inesem.es/gestion-integrada/rsc-los-Stakeholders-clasificacion/>
- Núñez, G. ONU, CEPAL. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. (2004). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. (pp. 19-21). Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5779-la-responsabilidad-social-corporativa-un-marco-desarrollo-sostenible>

- Nuño, P. (2017). ¿Qué es un plan de comunicación? | Definición de plan de comunicación. 42
Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-plan-de-comunicacion.html>
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014). Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. Pág. 17-23, 30-31. Recuperado de http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf
- OCDE (2005). Oslo manual: guidelines for collecting and interpreting innovation data, themeasurement of scientific and technological activities. (3rd ed.). Paris, France: OECDPublishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264013100-en>
- Palacios, F., García, D. & Espasandín, F. (2014). Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión diagnóstico e impacto en la empresa. (pp. 11-28). Madrid, ES: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=4909723>
- Palomares, J. & Peset, M. (2015). Estados financieros: interpretación y análisis. (pp.23-43). Madrid, España: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4569914&tm=1510667176880>
- Páramo, D. (2016). Una aproximación al marketing social. Pensamiento & Gestión. (pp. vii-xii). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=122029607&lang=es&site=eds-live>
- Prieto, J. (2012). Gestión estratégica organizacional (4a. Edición). [N.p.]: Ecoe ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=547340&lang=es&site=eds-live>
- Prieto, J. (2012). Gestión estratégica organizacional. (pp.236-241). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=9&docID=3204280&tm=1510418067904>
- Schumpeter, J. (2010). Capitalism, socialism and democracy. New York: Harper y Brothers.
- Schwalb, M., & García, I. (2013). Dimensiones de la responsabilidad social del marketing. Utopia Y Praxis Latinoamericana, 18(63), (pp. 434-456). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=108747713&lang=es&site=eds-live>
- The Smart Campaign. (2018). ¿Cómo elaborar un Código de Ética o Conducta? Recuperado de https://www.smartcampaign.org/storage/documents/Tools_and_Resources/Como_elaborar_un_Codigo_de_Etica_o_Conducta_The_Smart_Campaign.pdf

Torre, J. (2014). Neurociencia, neuroética y biética. p. 44-64. Editorial Universidad Pontificia Comillas. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3224768&tm=1510597504684>

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

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

Anexos

VÍDEO DE CONTEXTUALIZACIÓN SOBRE RSE VS MARKETING

45

A continuación, el link para visualizar el video de contextualización de la empresa Éticos Serrano Gómez Ltda.

<https://youtu.be/1cK9FhmsPdg>