

Plan de Responsabilidad Social de la Empresa Avícola Inversiones Pollos el Dorado, Duitama.

Alexander Raúl Cerón

Andrea Paola Torres

Manuel Vicente Arenas Jiménez

Omar Ricardo Yepes Medina

Yady Milena Uscátegui Manrique

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Villavicencio, Mayo 2020

Plan de Responsabilidad Social de la Empresa Avícola Inversiones Pollos el Dorado, Duitama.

Alexander Raúl Cerón.

Andrea Paola Torres.

Manuel Vicente Arenas.

Omar Ricardo Yepes Medina.

Yady Milena Uscategui Manrique.

Directora:

Yolanda González

Asesor:

Henry Hurtado

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial

Villavicencio, Mayo 2020

## Tabla de Contenido

Resumen .....	1
Palabras claves .....	1
Abstract .....	2
Key words.....	2
Introducción.....	3
Objetivos.....	4
Objetivo General .....	4
Objetivos Específicos .....	4
Empresa Inversiones El Dorado S.A.S.....	5
Direccionamiento Estratégico:.....	5
Misión: .....	5
Visión:.....	5
Valores: .....	5
Organigrama Inversiones El Dorado.....	7
Diagnostico Inversiones El Dorado S.A.S .....	8
Matriz DOFA.....	9
Modelo de Organización de Talla Mundial.....	10
Objetivo de Mercadeo Corporativo.....	11

Objetivo de Mercadeo Social .....	11
Stakeholders.....	11
Identificación:.....	11
Matriz de incidencia Poder vs Interés.....	13
Gestión de las comunicaciones .....	14
Plan de Acción .....	15
Plan de Seguimiento.....	16
Conclusiones .....	17
Referencias Bibliográficas.....	19
Anexo .....	22

### **Lista de Tablas**

Tabla 1.Formato Evaluación de Impacto Inversiones el Dorado S.A.S.....	8
Tabla 2. Matriz DOFA Inversiones el Dorado S.A.S .....	9
Tabla 3. Gestión de las Comunicaciones Inversiones el Dorado S.A.S.....	14
Tabla 4. Plan de Acción Económica, Social y Ambiental Inversiones el Dorado S.A.S.....	15
Tabla 5. Plan de Seguimiento Económico, Social y Ambiental Inversiones el Dorado S.A.S .....	16

### **Lista de Figuras**

Figura 1. Organigrama .....	7
Figura 2. Stakeholders.....	12
Figura 3. Matriz de incidencia Poder Vs Interés.....	13

### **Lista de Anexos**

Anexo 1. E- Book código de ética Inversiones el Dorado de S.A.S .....	22
---	----

---

**RESUMEN ANALÍTICO ESPECIALIZADO –RAE-**


---

**1. INFORMACIÓN GENERAL**

<b>Título</b>	Plan de Responsabilidad social de la Empresa Avícola Inversiones el Dorado S.A. S
<b>Autor</b>	Alexander Raúl Cerón. Andrea Paola torres. Manuel Vicente Arenas Jiménez Omar Ricardo Yepes Medina. Yady Milena Uscategui Manrique.
<b>Tipo de documento</b>	Trabajo de Grado de Diplomado
<b>Director</b>	Henry Hurtado
<b>Año</b>	2020
<b>Palabras claves</b>	Competitividad, estrategia empresarial, gerencia estratégica, sostenibilidad, stakeholders.

**2. CONTENIDO**

<b>Resumen</b>	El presente trabajo de grado planteamos construir, el plan de responsabilidad social empresarial, iniciando desde una caracterización en efecto monetario, social y medio ambiente producido en la empresa del sector privado avícola Inversiones Pollos El Dorado, ubicada en Duitama. Aplicando instrumentos e ideas básicas sobre responsabilidad social, planteando alternativas y metodologías que incluyan la adhesión de ésta; en la aplicación de decisiones con ámbito humano, monetario y medios ambientales inevitables como la evolución, constitución en las organizaciones de talla mundial sostenibles.
<b>Problema de investigación</b>	Identificar, impactos monetarios, sociales y de medio ambiente generados por la empresa avícola inversiones pollos el dorado, ubicado en el municipio de Duitama – Boyacá.
<b>Metodología</b>	Investigación aplicada
<b>Principales resultados</b>	Como resultado se realizó el Plan de Responsabilidad Social empresarial, iniciando desde una caracterización en efectos monetarios, humanos y medio ambientales generados por la empresa. Se diseñó el Código de Ética para la Organización; comprendiendo que el código de ética se ejecuta bajo una recopilación de normas establecidas internamente en la empresa proyectando mejorar el desarrollo a nivel profesional y laboral de forma legal.
<b>Conclusiones</b>	Se realizó un plan de acción económico, social y ambiental de forma tal que se desarrolle a cabo los objetivos de la organización buscando estrategias para el desarrollo de esta. También se plasma el plan de seguimiento económico, social y ambiental direccionándolo a establecer el plazo de las estrategias y así poder llevar un seguimiento para el cumplimiento de esta. Para la organización, Inversiones <b>EL DORADO S.A.S</b> es importante el diagnóstico estratégico porque nos permite examinar cuál es su comportamiento en determinado momento a través de un doble análisis: examinando el entorno y el análisis interno. De esta manera, la empresa es capaz de determinar a qué se enfrenta y con qué cuenta. De esta forma, el trabajo que hemos desarrollado con nuestra empresa inversiones <b>EL DORADO S.A.S</b> engloba los aspectos más importantes de la estructura de organización empresarial; sus actores interesados, para así mismo diferenciar las características, es por esto que nuestra empresa será organizada funcionalmente ya que separa las actividades sobre la base, de pasos, procesos que se llegan a feliz término.
<b>Referencias</b>	Trejos, C. (20016). OVI Modelos organizacionales. Archivo de video. Recuperado de <a href="http://hdl.handle.net/10596/9748">http://hdl.handle.net/10596/9748</a> Montoya, J. (2016). Modelos organizacionales globales. UNAD. Recuperado de <a href="https://repository.unad.edu.co/handle/10596/8921">https://repository.unad.edu.co/handle/10596/8921</a> Narvaez, M. (2018). Marketing Corporativo vs. Marketing social. [Archivo de video]. Recuperado de <a href="http://hdl.handle.net/10596/18149">http://hdl.handle.net/10596/18149</a> Alonso, M. (2006). Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España. Recuperado de <a href="https://ebookcentral-proquest-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/lib/unadsp/detail.action?docID=3199840">https://ebookcentral-proquest-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/lib/unadsp/detail.action?docID=3199840</a>

---

**Nota:** Tabla Resumen Analítico Especializado RAE. **Fuente:** Autoría propia

## **Resumen**

El presente trabajo de grado planteamos construir, el plan de responsabilidad social empresarial, iniciando desde una caracterización en efecto monetario, social y medio ambiente producido en la empresa del sector privado avícola Inversiones Pollos El Dorado, ubicada en Duitama. Aplicando instrumentos e ideas básicas sobre responsabilidad social, planteando alternativas y metodologías que incluyan la adhesión de ésta; en la aplicación de decisiones con ámbito humano, monetario y medios ambientales inevitables como la evolución, constitución en las organizaciones de talla mundial sostenibles. Desarrollamos una evaluación a la empresa identificando dificultades propias de una mediana o pequeña organización como son los internos, externos, sociales, monetarios, y del medio ambiente, con la implementación de la R S E buscando alternativas de solución, que satisfagan las necesidades de la empresa reactivando su progreso económico y desarrollo, mejorando la actividad profesional, teniendo presente lo concerniente a la R S E, aplicando óptimamente esta estrategia permitirá alcanzar objetivos deseados y solo con aplicar un buen marketing no se alcanzarían en el tiempo y momento deseado. Finalmente se elabora un código de ética, permitiendo que cada empleado efectúe sus actividades de forma acertada, contribuyendo con la eficiencia de la etapa productiva.

### ***Palabras claves***

Competitividad, estrategia empresarial, gerencia estratégica, sostenibilidad, stakeholders.

### **Abstract**

In the present degree work we propose to build, the corporate social responsibility plan, beginning with characterization monetary, social and environmental effects produced by the private sector poultry organization Inversiones Pollos El Dorado, located in Duitama. Applying instruments and basic ideas on social responsibility, proposing alternatives and methodologies that include its adherence; in the application of unavoidable human, monetary and environmental decisions for the evolution and constitution of sustainable and sustainable world-class organizations. We develop an evaluation to the company identifying difficulties typical of a medium or small organization such as interior external social monetary and environmental issues with the implementation of CSR looking for solution alternatives, satisfying the needs of the company reactivating its economic progress and development, improving professional activity, keeping in mind what concerns CSR, optimally applying this strategy will allow achieving desired objectives and only applying good marketing would not be achieved in the desired time and moment. Finally, a code of ethics is developed, allowing each employee to carry out their activities correctly, contributing to the efficiency of the production stage.

### ***Key words***

Competitiveness, business strategy, strategic management, sustainability, stakeholders.



## **Introducción**

El siguiente trabajo se elabora el Plan de Responsabilidad Social empresarial, iniciando desde una caracterización en efecto monetario, social y medio ambiental compuestos en la empresa avícola inversiones pollos el Dorado S.A.S ubicado en el municipio de Duitama – Boyacá, donde se busca aplicar las diferentes estrategias de solución vistas durante el transcurso del diplomado con las cuales sabemos que es posible la generación de valor y una mejor interrelación con los diferentes grupos de interés. Aplicando conceptos sobre responsabilidad social empresarial, proponiendo planes estratégicos que permitirán cumplir la misión, visión y objetivos de la empresa la implementación de estos planes permitirá una mejor tomar decisiones a nivel humano, monetario y medio ambiental para asegurar la organización a largo plazo.

Seleccionar nuestro modelo organizacional de talla global beneficioso que más se ajuste a la forma de la organización que se está planteando para inversiones EL DORADO S.A.S; así mismo redactar un objetivo de mercadeo corporativo y un objetivo de mercadeo social aplicable a la empresa., de igual forma valorar el Código de Ética como una agrupación de reglas de carácter ético profesional para el buen desarrollo de toda actividad empresarial en pro del bien común de la sociedad relacionando valores bajo una buena conducta hacia un sentido común; finalmente se prioriza un plan de acción y un plan de seguimiento, que marca las iniciativas de tipo económico, social y ambiental en pro de cumplir objetivos y metas para llevar a cabo un proyecto que favorezca la empresa.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Crear un Plan de Responsabilidad Social empresarial, aplicando el “modelo de organización funcional”, partiendo de los impactos a nivel económicos, sociales y ambientales generados; a partir de una estrategia y una alternativa, que están efectuando las empresas para persistir en los mercados, y reformar sus horizontes de competencia por la empresa avícola inversiones pollos el dorado, ubicado en el municipio de Duitama – Boyacá.

### **Objetivos Específicos**

Aportar un valor agregado a la empresa rentable identificando nuestros Stakeholders.

Valorar el Código de ética dentro de la empresa para establecer una legítima gestión hacia el bien de la sociedad.

Enunciar el plan de acción económico, social y ambiental con el fin de llevar a cabo los objetivos de la organización para buscar estrategias de desarrollo en la empresa.

Establecer el plan de seguimiento económico, social y ambiental direccionándolo a establecer el plazo de las estrategias y así poder llevar un seguimiento para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Disminuir el efecto ambiental desarrollando estrategias viables para una correcta producción de residuos.

## **Empresa Inversiones El Dorado S.A.S**

### **Direccionamiento Estratégico:**

**Misión.** Inversiones EL DORADO S.A.S en una empresa productora y comercializadora con la misión de proporcionar una opción de compra de carne de pollo al consumidor en general. Se desarrollan procesos de alta calidad para ofrecer un excelente producto y aprovechar al máximo los desperdicios generales por el sacrificio, aplicando procesos de calidad, preservando el agrado de los clientes, consumidores.

**Visión.** Para el 2040 ser la principal empresa en producción y comercialización de carne de pollo y sus derivados en el ámbito local y en el centro del país y ser reconocidos como marca confiable y segura creando en los empleados de la empresa una mentalidad de responsabilidad social basada en el máximo aprovechamiento de los residuos del sacrificio.

**Valores.** Excelencia en calidad: Calidad en los productos que se manejan. Actuamos para ser reconocidos por nuestra calidad de esta forma fidelizamos clientes y aseguramos nuestra posición en el mercado.

**Innovación permanente:** Somos una empresa que se encuentra en una búsqueda constante de productos que diversifiquen nuestro portafolio y permitan llegar a nuevos segmentos de mercado.

Trabajo en equipo: fortalecemos el trabajo en equipo para generar sentido de pertenecía por parte de nuestros empleados, clientes y proveedores. Porque creemos es uno de los pilares fundamentales para nuestro crecimiento.

Experiencia: garantizamos por medio del profesionalismo e idoneidad de nuestro personal la calidad de nuestros productos, y la atención a nuestros clientes

Compromiso: nuestra empresa no genera negocios, genera relaciones.

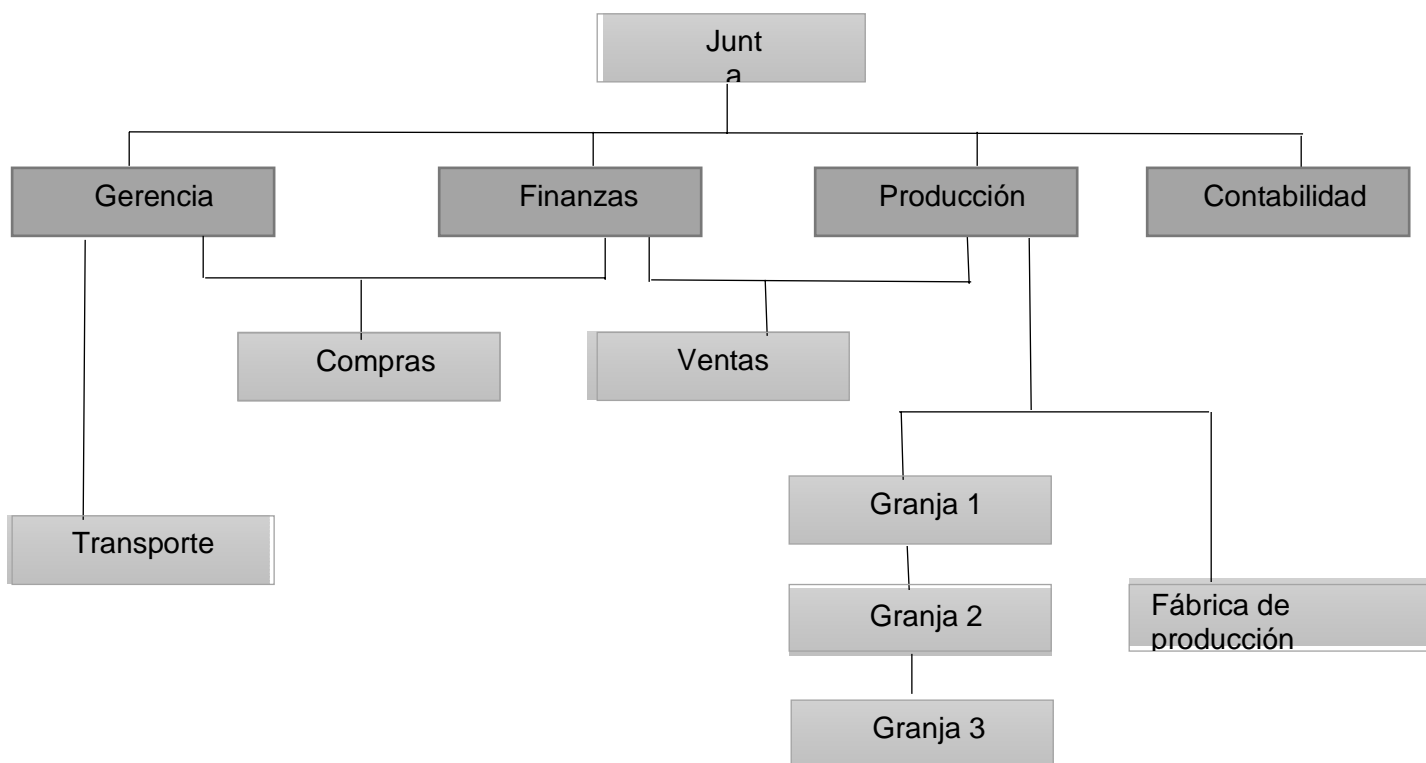
Asumir el compromiso de sus hechos y omisiones. Para que exista compromiso es necesario fijar metas y objetivos que sean rigurosos y factibles, y el resultado estará correspondiente de un reconocimiento.

## Organigrama Inversiones El Dorado

Estructura organizacional de la empresa donde se muestran los niveles para tomas de decisiones en todos sus campos. (Ver Figura 1)

*Figura 1.*

*Organigrama Inversiones el Dorado*



*Figura 1. Organigrama. Fuente: Autoría propia*

## Diagnostico Inversiones El Dorado S.A.S

Tabla 1.

*Formato Evaluación de Impacto Inversiones el Dorado S.A.S*

Evaluación Impacto Empresa Inversiones el Dorado			
	Problema	Impacto	Prioridad
<b>Económico</b>	Interno: Hay deficiencias en la generación de nuevos empleos dentro de la organización inversiones el dorado	Inversiones el dorado siendo una empresa de reconocimiento local, necesita implementar estrategias que ayuden a disminuir la tasa de desempleo local.	Alta
	Externo: Inversiones el dorado necesita nuevos mercados emergentes tanto local y nacional para competir con las demás marcas	Inversiones el dorado ha perdido gran terreno frente a sus competidores más cercanos, por este motivo necesita buscar soluciones.	
<b>Social:</b>	Interno: Hay deficiencias en la empresa inversiones el dorado en cuanto a su equipo de trabajo y colaboradores, puesto que ha mantenido una falta de afinidad a la hora de mantener a sus empleados motivados.	Inversiones el dorado es una de las empresas locales que siempre ha pensado en el bienestar y seguridad de su planta de trabajo humano, buscando disminuir al máximo los accidentes laborales.	Baja
	Externo: Inversiones el dorado al ser una empresa local le falta estrategias para contribuir y alcanzar un desarrollo económico local viable.	Inversiones el dorado ha contribuido al desarrollo económico local por pensar siempre en dar las oportunidades a personal del mismo municipio	
<b>Ambiental:</b>	interno: inversiones el dorado le falta establecer a cabalidad un plan ambiental estable para reducir la contaminación en sus granjas de crianza	inversiones el dorado siempre ha pensado en hacer buen uso de los recursos ambientales, en la crianza y sacrificio de las aves y a su vez el aprovechar al máximo sus derivados producto de sus actividades de crianza y sacrificio	Alta
	externo: en la empresa inversiones el dorado existen deficiencias en lo referente al mantenimiento de su parque automotor	inversiones el dorado mantiene en contacto revisión y mantenimiento su parque automotor, para así evitar posibles focos de contaminación	

**Nota:** *Formato Evaluación Impacto Económico, Social y Ambiental. Fuente: Autoría propia*

## Matriz DOFA

Tabla 2.

*Matriz DOFA Inversiones el Dorado S.A.S*

Fortalezas	Debilidades
<p>Posee sus propias granjas de engorde sus aves.</p> <p>Cultura organizacional para satisfacer las necesidades de sus clientes.</p> <p>Un alto reconocimiento del consumidor local.</p> <p>Disposición de materia prima en condiciones naturales.</p> <p>Control de calidades exhaustivas.</p> <p>Locativos propios.</p>	<p>Manejo no productivo del desperdicio del proceso de sacrificio.</p> <p>Flota de transporte en mal estado por falta de mantenimiento.</p> <p>Disminución en la capacidad de producción.</p> <p>Disminución en la capacidad logística en la distribución comercial de los productos.</p>
Oportunidad	Amenazas
<p>Disponer de instalaciones, maquinarias y tecnologías existentes.</p> <p>Oferta de producto todo el año.</p> <p>Acceso a materia prima libre de enfermedades.</p> <p>Acceso a nuevos mercados.</p>	<p>Incremento de importación de canales congeladas.</p> <p>Aumento y consumo de carne de bovino y porcino.</p> <p>Regulación de precios.</p> <p>Aumento de la competencia.</p> <p>Control riguroso en las normas sanitarias.</p>

**Nota:** *Matriz Dofa Fortalezas vs Debilidades y Oportunidades vs Amenazas Inversiones el Dorado.*

**Fuente:** *Autoría propia*

## **Modelo de Organización de Talla Mundial**

El modelo organizacional seleccionado para la organización elegida en la fase 1

Inversiones El Dorado S.A.S es:

### **El Modelo Funcional**

El modelo de organización funcional es adaptable a la empresa Inversiones El Dorado S.A.S por que presenta un avance específico en las diversas áreas funcionales en su nivel jerárquico como comercial, producción y financiero, aumentando su productividad por medio del sentido de la especialización en cada proceso, en este sentido se califica a los diversos puestos jerárquicos de la base desarrollada en su nivel de autoridad llevándola hacia un sentido responsable de cada especialista desarrollando al máximo la parte operativa en su estructura.

Es importante establecer que El Modelo Funcional fue propuesto por Taylor y que por lo tanto es la más adecuada para desarrollar o producir bienes o servicios totalmente estandarizados en gran volumen y a un costo muy bajo para que sean vendidos rápidamente, por lo consiguiente cada trabajador de la empresa Inversiones El Dorado S.A.S se centrara en el desarrollo de las distintas tareas establecidas por cada especialista en su ciclo productivo a nivel empresa para una mayor productividad, mayor especialización, alta eficiencia en cada trabajador y que la división del trabajo sea estratégicamente planeada haciendo que se reduzca la presión de un jefe hacia un conjunto de especialistas.



### **Objetivo de Mercadeo Corporativo.**

La empresa Inversiones El Dorado S.A.S tiene como objetivo de mercadeo corporativo, desarrollar una nueva cultura empresarial adecuada para el mercado laboral en pro de crear hábitos saludables para lograr una mayor productividad dirigida a estandarizar la fuerza laboral en cada tarea con una estrategia estable que marque la confianza y la motivación en cada trabajador.

### **Objetivo de Mercadeo Social**

La empresa Inversiones El Dorado S.A.S tiene como objetivo de mercadeo social, planear, suministrar y proveer programas relativos a las causas sociales desarrollando campañas de higiene, nutrición y concientización del medio ambiente a la población objetivo con el fin de obtener una calidad de vida.

### **Stakeholders**

#### **Identificación:**

Personas u organizaciones que tienen interés sobre inversiones el Dorado S.A.S  
(Ver Figuras 2 y 3)

Figura 2.  
Identificación Stakeholders

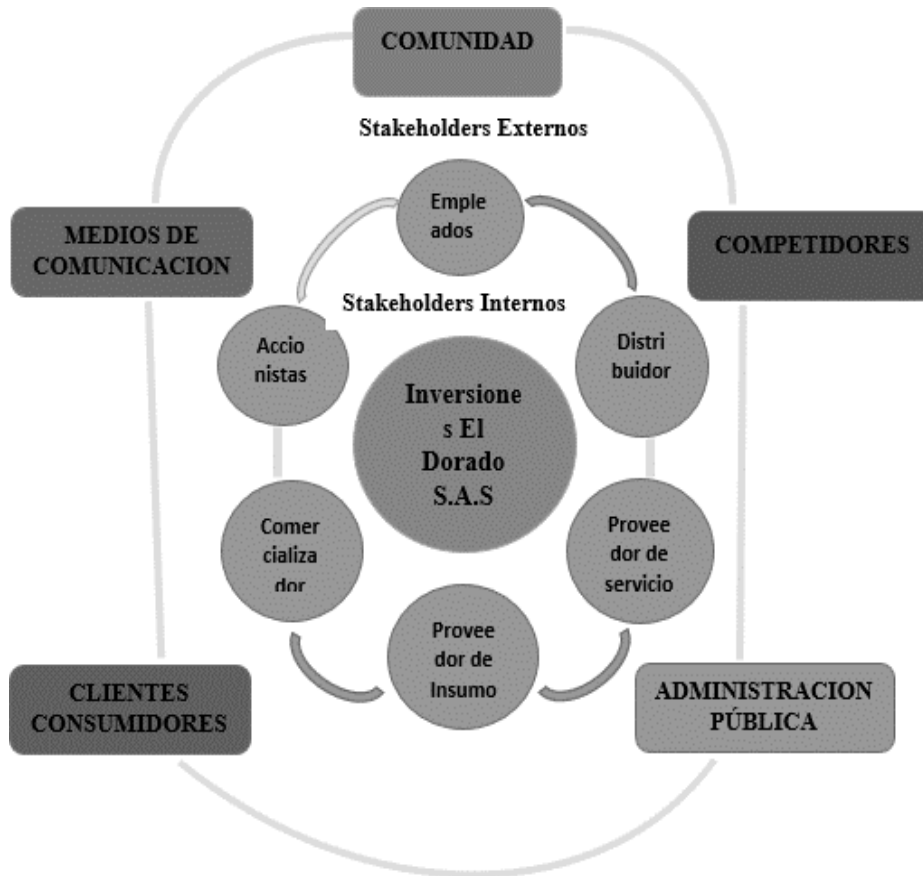


Figura 2 Identificación Stakeholders. Fuente: Autoría propia

### Matriz de incidencia Poder vs Interés

En la siguiente figura se identifican los stakeholders que intervienen y que incidencia tienen dentro de la compañía.

Figura 3.

Matriz de incidencia Poder vs Interés

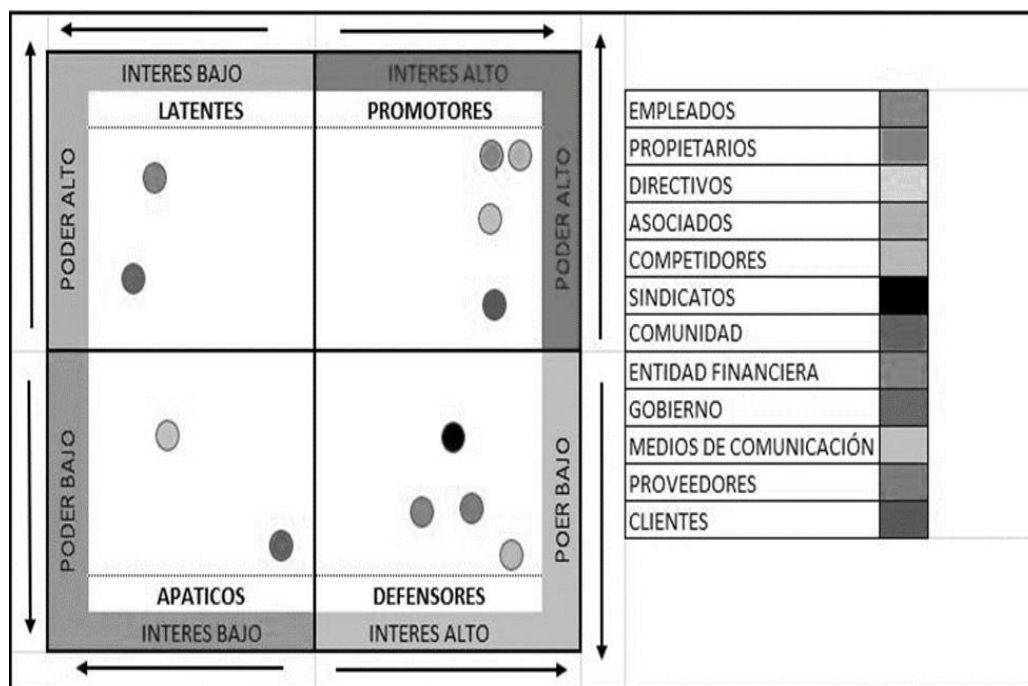


Figura 3 Matriz de incidencia Poder Vs Interés. Fuente: Autoría propia

## Gestión de las comunicaciones

Tabla 3.

*Gestión de las Comunicaciones Inversiones el Dorado S.A.S*

GESTION DE LAS COMUNICACIONES						
Stakeholders	Frecuencia	Canal	Recursos			
			Físicos	Tecnológicos	Económicos	Personales
<b>Empleados</b>	Diaria	Un canal	\$ 100.000	\$ 200.000	\$ 300.000	0
<b>Propietarios</b>	Mensual	Dos canales	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000	\$ 3.000.000	0
<b>Directivos</b>	Semestral	Dos canales	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000	0
<b>Asociados</b>	Semestral	Un canal	\$ 500.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 50.000
<b>Competidores</b>	Anual	Un canal	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000	\$ 1.000.000
<b>Sindicatos</b>	Anual	Un canal	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
<b>Comunidad</b>	Semestral	Un canal	\$ 200.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000
<b>Entidad financiera</b>	Mensual	Dos canales	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 0
<b>Gobierno</b>	Semestral	Dos canales	\$ 0	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 0
<b>Medios de comunicación</b>	Semestral	Un canal	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
<b>Proveedores</b>	Mensual	Un canal	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
<b>Clientes</b>	Diaria	Un canal	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.00

**Nota:** *Gestión de las Comunicaciones. Fuente: Autoría propia*

### Plan de Acción

Tabla 4.

#### Plan de Acción Económica, Social y Ambiental Inversiones el Dorado S.A.S

Plan de Acción Inversiones El Dorado S.A. S						
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Trabajadores	Capacitar consecutivamente para ampliar su conocimiento y por consecuente mejorar el servicio ofrecido.	Contratar personal calificado que capacite al personal de la empresa en beneficio de ser eficaz en servicio al cliente y atención.	anual		[ ( # de empleados capacitados / # total de empleados ) x 100 ]
	Consumidores	Identificar potencialmente las necesidades y satisfacciones de los consumidores.	Aplicar estrategias de marketing para captar y fidelizar consumidores a largo plazo que generen un alto grado de complacencia.	anual		[ ( # de consumidores satisfechos / # total de consumidores captados ) x 100 ]
	Proveedores	Realizar alianzas estratégicas con proveedores para mejorar los medios de tiempo y de pago.	Identificar propuestas que permitan acuerdos de pago con los proveedores donde se mejore el flujo de caja en la empresa y así ambas partes ganen.	anual		[ ( # de proveedores implicados / # total de proveedores ) x 100 ]
Social	Medios de comunicación	Buscamos promover en nuestros clientes el uso de los valores y el perfeccionamiento razonable.	Por medio de publicidad fomentar el buen desarrollo sostenible en crear conciencia social y ambiental para mejorar nuestras relaciones interpersonales.	Trimestral		[ ( # de personas a favor / # total de personas encuestadas ) x 100 ]
	Competencia	Ofrecer nuestros productos con un mejor precio en comparación a nuestra competencia.	Mantenernos informados del precio de los productos ofrecidos por nuestra competencia	Trimestral		[ ( Precio venta producto competencia / precio venta de nuestros productos ) x 100 ]
	Comunidad y sociedad	Buscamos fomentar en nuestros clientes el uso de los buenos valores y el desarrollo sostenible.	Por medio de publicidad fomentar el buen desarrollo sostenible en crear conciencia social y ambiental para mejorar nuestras relaciones interpersonales.	Trimestral		[ ( # de personas a favor / # total de personas encuestadas ) x 100 ]
	Distribuidores y proveedores	Implementar estrategias que nos permitan con el apoyo de distribuidores y proveedores beneficios a nuestros clientes empleados y comunidad en general.	Promover conciencia social y ambiental a través de publicidad donde se fomente el buen desarrollo sostenible.	Trimestral		[ ( # distribuidores - proveedores / # comunidad en general ) x 100 ]
Ambiental	Administración pública.	Cumplir con la normatividad vigente para evitar posibles sanciones.	Buscar estrategias de cumplimiento y calidad para evitar sanciones en la empresa.	Mensual		[ ( # sanciones mensual / # posibles sanciones ) x 100 ]
	Empleados	Fomentar el cuidado y la conservación del medio ambiente para generar cultura ciudadana.	Efectuar labores en lo habitual que promuevan el cuidado del medio ambiente.	Trimestral		[ ( # de personas a favor / # total de personas encuestadas ) x 100 ]

**Nota:** Tabla Plan de Acción .**Fuente:** Autoría propia

## Plan de Seguimiento

Tabla 5.

### *Plan de Seguimiento Económico, Social y Ambiental Inversiones el Dorado S.A.S*

Dimensión	Objetivo	Estrategia	Plazo	Indicador	Seguimiento
<b>Económica</b>	Capacitar consecutivamente para ampliar su conocimiento y por consecuente mejorar el servicio ofrecido.	Contratar personal calificado que capacite al personal de la empresa en beneficio de ser eficaz en servicio al cliente y atención.	anual	$[(\# \text{ de empleados capacitados} / \# \text{ total de empleados}) \times 100]$	Se realizara un seguimiento al personal en servicio al cliente en aras de mejorar el servicio.
	Identificar potencialmente las necesidades y satisfacciones de los consumidores.	Aplicar estrategias de marketing para captar y fidelizar consumidores a largo plazo que generen un alto grado de complacencia.	anual	$[(\# \text{ De consumidores satisfechos} / \# \text{ total de consumidores captados.}) \times 100]$	Se realizara un seguimiento a las principales necesidades de los consumidores.
	Realizar alianzas estratégicas con proveedores para mejorar los medios de tiempo y de pago.	Identificar propuestas que permitan acuerdos de pago con los proveedores donde se mejore el flujo de caja en la empresa y así ambas partes ganen.	Semestral	$[(\# \text{ de proveedores implicados} / \# \text{ total de proveedores}) \times 100]$	Se revisara las estrategias con proveedores de forma semestral.
<b>Social</b>	Buscamos promover en nuestros clientes el uso de los valores y el perfeccionamiento razonable.	Por medio de publicidad fomentar el buen desarrollo sostenible en crear conciencia social y ambiental para mejorar nuestras relaciones interpersonales.	Trimestral	$[(\# \text{ de personas a favor} / \# \text{ total de personas encuestadas}) \times 100]$	Se harán socializaciones en cuanto al uso de los valores buscando estrategias de mejoramiento.
	Ofrecer nuestros productos con un mejor precio en comparación a nuestra competencia.	Mantenemos informados del precio de los productos ofrecidos por nuestra competencia	Trimestral	$[(\# \text{ Precio venta producto competencia} / \# \text{ precio venta de nuestros productos}) \times 100]$	Se revisaran los precios y calidad del producto buscando ofrecer una mejor calidad y un asequible precio.
	Buscamos fomentar en nuestros clientes el uso de los buenos valores y el desarrollo sostenible.	Por medio de publicidad fomentar el buen desarrollo sostenible en crear conciencia social y ambiental para mejorar nuestras relaciones interpersonales.	Trimestral	$[(\# \text{ de personas a favor} / \# \text{ total de personas encuestadas}) \times 100]$	Se harán socializaciones en cuanto al uso de los valores buscando estrategias de mejoramiento
	Implementar estrategias que nos permitan con el apoyo de distribuidores y proveedores beneficios a nuestros clientes empleados y comunidad en general.	Promover conciencia social y ambiental a través de publicidad donde se fomente el buen desarrollo sostenible.	Trimestral	$[(\# \text{ distribuidores} - \text{proveedores} / \# \text{ comunidad en general}) \times 100]$	Se hará un seguimiento a los proveedores y distribuidores de la entrega puntual a nuestros clientes.
<b>Ambiental</b>	Cumplir con la normatividad vigente para evitar posibles sanciones.	Buscar estrategias de cumplimiento y calidad para evitar sanciones en la empresa.	Mensual	$[(\# \text{ sanciones mensual} / \# \text{ posibles sanciones}) \times 100]$	Se evaluara el cumplimiento de las normas y leyes para evitar inconvenientes a futuro.
	Fomentar el cuidado y la conservación del medio ambiente para generar cultura ciudadana.	Efectuar labores en lo habitual que promuevan el cuidado del medio ambiente.	Trimestral	$[(\# \text{ de personas a favor} / \# \text{ total de personas encuestadas}) \times 100]$	Se realizara capacitaciones en el cuidado del medio ambiente.

**Nota.** *Tabla Plan de Seguimiento Económico Social y Ambiental. Fuente: Autoría propia*

## Conclusiones

Al finalizar este trabajo se estimó el valor de emprender un procedimiento de responsabilidad social empresarial, el cual permitiera detallar aquellos impactos de tipo económicos, sociales y ambientales ocasionados por la empresa, con el fin de crear estrategias y métodos únicos para integrar activamente a la toma de decisiones hacia un efecto positivo a nivel social, económico y ambiental obteniendo una mejora y fortalecimiento de la organización de carácter general altamente razonable, igualmente se estima el efecto positivo que conlleva establecer un plan de acción y un plan de seguimiento que a la vez permite marcar las iniciativas de tipo económico, social y ambiental en pro de cumplir objetivos y metas para llevar a cabo un proyecto que favorezca la empresa.

Igualmente es de vital importancia señalar que el código de ética, se desarrolla bajo una recopilación de normas establecidas dentro de la empresa en pro de orientar el desarrollo a nivel profesional y laboral de forma legal, igualmente se creó un E- Book editando un código de ética hacia la empresa Inversiones El Dorado S.A.S bajo parámetros legales .

En el transcurso del proceso, en la aplicación de la Responsabilidad Social de inversiones el Dorado, se consideró normas y requisitos, que mejoren relaciones interpersonales dentro de la organización, obteniendo efectos positivos en progreso de las tareas en las diferentes dependencias de la empresa, de igual manera como empresarios ofrecemos oportunidades a los trabajadores de inversiones el dorado de progresar dentro de la organización apoyando en sus proyectos de vida e intelecto, logrando una entidad responsable en la administración de las técnicas productoras,

personal y los recursos naturales, logrando una organización atrayente hacia los clientes y proveedores posicionándose como número uno en el mercado.

Para la empresa, Inversiones **EL DORADO S.A.S** es importante el diagnostico estratégico porque nos permite determinar a que se enfrenta y con que cuenta de esta forma, el trabajo que se ha realizado con nuestra empresa inversiones **EL DORADO S.AS** abarca aspectos importantes de la estructura organizacional y sus actores interesados, para así mismo diferenciar las características, es por esto que nuestra empresa maneja un modelo funcional.



## Referencias Bibliográficas

- Alonso, M. (2006). Marketing Social Corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España. Recuperado de <https://ebookcentral-proquest-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/lib/unadsp/detail.action?docID=3199840>
- Erazo, M. (2013). Ecología: Impacto de la problemática actual sobre la salud y el ambiente. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=14&docID=3211693&tm=1518109808001>
- Fernández, G. (2005). Responsabilidad Social Corporativa: una nueva cultura empresarial. Capítulo 1. Alicante, ES: ECU. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=10431066&tm=1480379840947>
- Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. [N.p.]: ECU. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>
- Friedman, A., & Miles, S. (2006). Stakeholders : Theory and Practice. Oxford: OUP Oxford. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search-ebsohost->
- Garzón-Ruiz, W., Acevedo-Guerrero, J. & Zárata-Rueda, R. (2014). *Estatus jurídico de la responsabilidad social empresarial (RSE) en Colombia*. *Díkaion*, Recuperado de <http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490>

- Ibarra, A. (2014). *Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano*. Revista de Derecho, Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&tlng=escom.bibliotecavirtual.unad.edu.co/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=201128&lang=es&site=ehos](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&tlng=escom.bibliotecavirtual.unad.edu.co/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=201128&lang=es&site=ehos)
- Moneva, J. & Lizcano, J. (SF). *Marco conceptual de la Responsabilidad social Corporativa*. Recuperado de <http://ciberconta.unizar.es/LECCION/medio13/MARCO%20CONCEPTUAL%20RSC.pdf>
- Montoya, J. (2016). Modelos Organizacionales globales. UNAD. Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/8921>
- Narvaez, M. (2018). Marketing Corporativo vs. Marketing Social. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/18149>
- Narváez, M. (2017). Teoría de los Stakeholders. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/14060>
- Palacios, F., García, D. & Espasandín, F. (2014). *Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión diagnóstico e impacto en la empresa*. Madrid, ES: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=4909723>
- Perevochtchikova, M. (2012). La evaluación del impacto ambiental y la importancia de los indicadores ambientales. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=94934806&lang=es&site=edslive>

Prieto, J. (2012). Gestión Estratégica Organizacional. Recuperado de

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

Retaloza, J. (2016). Contabilidad Social Orientada a los Stakeholders: perspectiva de la administración pública. Recuperado de [https://ebookcentral-proquest-](https://ebookcentral-proquest-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/lib/unadsp/detail.action?docID=5102460)

[com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/lib/unadsp/detail.action?docID=5102460](https://ebookcentral-proquest-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/lib/unadsp/detail.action?docID=5102460)

Trejos, C. (20016). OVI Modelos organizacionales. [Archivo de video]. Recuperado de

<http://hdl.handle.net/10596/9748>

Waddock, S. (2008). *The Difference Makers : How Social and Institutional Entrepreneurs*

*Created the Corporate Responsibility Movement*. Sheffield, U.K.: Routledge. Recuperado

de [https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search-ebshost-](https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search-ebshost-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=525583&lang=es&site=ehost-live)  
[com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=525583&lang](https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=525583&lang=es&site=ehost-live)  
[=es&site=ehost-live](https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=525583&lang=es&site=ehost-live)

## Anexo

Anexo 1. E- Book código de ética Inversiones el Dorado de S.A.S

Link: <https://editor-storage.reedsy.com/books/134959/exports/success/dbaa2640-2f05-47e9-b7d7-d56439fb0068/202005171742-codigo-de-etica-de-inversiones-el-dorado.zip>