

**Plan de Responsabilidad Social Empresarial
Plateña G&G**

**Yuliana Caicedo Vela
Laura María Vargas
Solfanys Villalobos
María Alejandra Núñez**

**Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD
Escuela Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN
Administración de empresas
Diplomado de profundización en Gerencia Estratégica Responsabilidad Social Empresarial
Julio 2019**

**Plan de Responsabilidad Social Empresarial
Plateña G&G**

Grupo No.101008_21

**Yuliana Caicedo Vela
Laura María Vargas Rivera
Solfanys Villalobos
María Alejandra Núñez**

**Doctor
Víctor Alfonso Escobar Ramírez**

**Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD
Escuela Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN
Administración de empresas
Diplomado de profundización en Gerencia Estratégica Responsabilidad Social Empresarial
Julio 2019**

Lista De Figuras

Figura No 1. Evaluación de desempeño Empresa Plateña G&G Ltda.

Figura No 2. Modelo Gerencial Empresa Plateña G&G Ltda.

Figura No 3. Recursos financieros Código de conducta.

Figura No 4. Mapa genérico de Stakeholders Empresa Plateña G&G Ltda.

Figura No 5. Matriz de relaciones Empresa Plateña G&G Ltda.

Figura No 6. Plan de Responsabilidad Social Empresarial Plateña G&G

Figura No 7. Plan de Comunicaciones Empresa Plateña G&G Ltda.

Tabla De Contenido

	Pág.
Lista De Figuras	3
Resumen	5
Abstract	6
Introducción.....	7
1. Objetivos	8
1.1 Objetivogeneral.....	8
1.2 Objetivosespecíficos.....	8
2. Propuesta plan de responsabilidad social empresarial Plateña G&G Ltda	1
2.1 Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)	1
2.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial.....	1
3. Código De Conducta Plateña G&G Ltda.....	2
3.1 Modelo Gerencial las 5 fuerzas de Porter	2
3.2 Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta	3
3.3 Propuesta código de conducta de la empresa Plateña G&G Ltda	5
3.4 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta de la empresa Plateña G&G Ltda	10
4. Stakeholders	11
4.1 Descripción de los Stakeholders	11
5. Plan De Responsabilidad Social Empresarial Plateña G&G Ltda	14
5.1 Plan de Comunicaciones de Plateña G&G	16
5.2 Modelo de Informe de Gestión Plateña G&G Ltda	16
6. Conclusiones	18
7 Bibliografía.....	19
Anexos.....	22

Resumen

El objetivo del trabajo que se presenta a continuación es dar a conocer el Plan de responsabilidad Social Empresarial de la empresa Plateña G&G Ltda., teniendo en cuenta la situación actual y los diferentes aspectos ambientales, de manera, que se puedan crear estrategias que aportarán valor a la organización.

El PRS se construye desde la gerencia estratégica partiendo desde la identificación del impacto económico, social y ambiental; este radica en la necesidad de establecer una visión, misión y los valores corporativos que identificarán a la empresa Plateña G&G Ltda. frente a sus competidores; así mismo, incluye un código de conducta que se compromete a seguir la empresa en la dirección, procesos y desarrollo de la misma; igualmente juegan un papel muy importante los Stakeholders quienes permiten identificar los actores claves que se relacionan y se van a ver afectados directa e indirectamente con las decisiones de la empresa Plateña G&G Ltda; apoyados de la matriz influencia impacto, finalmente se propone el modelo de gestión de RSE más eficaz para la empresa.

A través del Diplomado de Gerencia Estratégica se diseñará un Plan de Responsabilidad Social; con la aplicación de las diferente herramientas que ofrecen podemos construir estrategias de RSE que aporten al fortalecimiento de la empresa, al bienestar de la comunidad y de sus empleados, con el fin de disminuir el impacto que se pueda generar y brindar mejoras continuas, logrando así concientizar a los actores internos y externos quienes son la razón de ser de la compañía.

Palabras claves

Responsabilidad Social, Sostenibilidad, Stakeholders, Actor, Direccionamiento estratégico.

Abstract

The goal of the present work is to announce the Social Responsibility business Plan of the Plateña G&G Ltda. Company, taking into account the actual situation and the different environmental aspects, so it can be created strategies which can add value to the organization.

The PRS is built by the strategic gerency starting from the identification of the economic, social and environmental impact; this lies in the need of establish a vision, mission and the corporate values which are the ones whose the company Plateña G&G Ltda. is going to get identify. Front their competitors. at the same way, includes a conduct code that is compromised to follow the company into the direction, process and development of the same, equally the Stakeholders play a very important role whose let identify the actors of the keys that are related and it seems affected direct and indirectly with the decisions of the company Plateña G&G Ltda. supported by the matrix impact influence, finally to propose the management model of RSE more efficient for the company.

Through the Strategic Gerency Diplomat it would be designed a Social Responsibility business Plan; with the application of the different tools that offer we can build of RSE which can add to the strengthening of the company, the wellnes of the community and their employees, all of this with the goal of decrease the impact which can be generate and bring better stuff continually, achieving awareness to the internal actors and external which are the reason of the company.

Keywords

Social Responsibility, Sustainability, Stakeholders, Actor, Strategic Direction.

Introducción

La elaboración de un Plan de Responsabilidad Social para la empresa Plateña G&G Ltda. es un compromiso que tiene como fin articular las prácticas económicas, sociales y ambientales de la empresa, teniendo como base diferentes normas e implicando altamente los Stakeholders donde se involucran a todos los actores que intervienen dentro de la actividad que se desarrolla (comercialización de bebidas).

En el presente trabajo se desarrolló con la necesidad de crear un plan de responsabilidad social empresarial aplicándolo a la empresa Plateña G&G a partir de impactos sociales, ambientales y económicos donde se definirán aspectos como la misión, la visión y los valores corporativos; en segundo lugar se desarrollara el código de conducta donde se definirán los recursos financieros y de inversión , igualmente encontrarás un video basado en los conceptos de marketing social y marketing corporativo que nos permitirá tener un direccionamiento más preciso para aportar mayor solución a los inconvenientes que presenta la empresa.

Es así como mediante el desarrollo del Diplomado de Profundización de Responsabilidad Social Empresarial se elabora el PRS de la empresa donde se realiza una evaluación de su situación y se generan estrategias de solución a los problemas que se identifican con el fin de ser adoptados por todos los implicados, generando valor empresarial y una acertada toma de decisiones con el fin de generar una asertiva sostenibilidad en el medio.

1. Objetivos

1.1 Objetivo general.

Formular el Plan de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Plateña G&G teniendo como base el impacto económico, social y ambiental que genere a través de la aplicación de las herramientas que afianzan el conocimiento adquirido en el desarrollo del Diplomado.

1.2 Objetivos específicos.

- Presentar una empresa del mercado que permita la elaboración Plan de Responsabilidad Social Empresarial
- Elaborar el código de conducta para la empresa Plateña G&G.
- Realizar un video de contextualización sobre RSE marketing social y marketing corporativo
- Elaborar el mapa genérico Stakeholders para la empresa Plateña G&G.
- Construir el plan de responsabilidad social empresarial con las estrategias que le permitan a Plateña G&G posicionarse en el mercado como una organización social y de ambiente responsable.

2. Propuesta plan de responsabilidad social empresarial Plateña G&G Ltda.

2.1 Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)

2.1.1 MISIÓN

Plateña G&G Ltda., es una empresa de distribución y comercialización de productos de consumo masivo, comprometidos con el mejoramiento constante de la calidad de sus procesos para satisfacer las necesidades de los clientes que consumen los productos de la empresa BAVARIA SAB MILLER. Así mismo, estamos comprometidos con el desarrollo y calidad de vida de todos y cada uno de nuestros trabajadores y sus familias.

2.1.2 VISIÓN

Plateña G&G Ltda. Para el año 2024 será la empresa líder en la distribución y comercialización de productos de consumo masivo, en los municipios donde hacemos presencia del departamento del Huila y Cauca, prestando sus servicios de manera oportuna y eficiente a nuestros clientes y proveedores, cumpliendo con los estándares y normas de calidad exigidos por la compañía BAVARIA SAB MILLER.

2.1.3 VALORES CORPORATIVOS

LIDERAZGO: Damos satisfacción y atención oportuna a nuestros clientes, brindando seguridad, respeto y compromiso de la empresa y cada uno de los operarios dentro de las funciones asignadas.

ESPIRITU DE EQUIPO: La empresa cuenta con un selecto grupo de trabajadores y contratistas altamente capacitados y competentes para desarrollar las labores asignadas, en busca de un mejor rendimiento grupal y personal.

COMPROMISO: Establecer el ir más allá del simple deber y de nuestra misión, es trascender las normas y lograr el deber ante nuestros clientes.

RESPE TO: Considerar de forma tolerante la opinión y acciones de otras personas, principalmente de nuestros clientes, en cuanto estas, se sustenten sobre un válido y sólido fundamento que facilite la convivencia pacífica y la solución de problemas.

COMPETITIVIDAD: Ofrecer y llevar a todos nuestros clientes productos de excelente calidad, con gran voluntad de servicio en la venta y alto valor agregado para satisfacción propia del cliente.

A continuación se presenta el Formato evaluación del desempeño, correspondiente a la empresa Plateña G&G como lo apreciamos en la Figura No 1.

2.2 Formato de evaluación impacto de la empresa Plateña G&G

2.2 Formato De Evaluación Impacto Empresa Plateña G&G

	Problema	Impacto	Prioridad atención (alta, media, baja)
Económico	<p>Interno: No se cuenta con personal idóneo que genere buena credibilidad e imagen que proyecte a mejorar las ventas e ingresos respectivamente.</p> <p>Externo: Las estrategias de Marketing en ciertos productos no han tenido la efectividad que se esperaba.</p>	Desmejorar la credibilidad que ha venido adquiriendo a través de los años	Alta
Social:	<p>Interno: No ofrece variedad de productos no embriagantes que puedan llegar a cualquier tipo de población.</p> <p>Externo: Teniendo que Bavaria ofrece bebida embriagantes no se puede llegar todo de tipo de población teniendo en cuenta que se respetan las creencias y religiones de la población.</p>	Mejorar las ventas en el sector del centro y sur occidente del departamento del Huila teniendo en cuenta que se creará gran impacto al poder brindar a todo tipo de población a opción según los gustos de los consumidores.	Media
Ambiental:	<p>Interno: La repercusiones ambientales a nivel interno de la empresa no son muchas teniendo en cuenta que Bavaria ("Plateña gyg) recicla el 90% de lo que produce, aunque los desechos como vidrios se están enviando a sitios distintos.</p> <p>Externo: El uso de vehículos que aunque constantemente se les está realizando un buen mantenimiento no dejan de afectar el medio ambiente por los despojo de combustibles que produce.</p>	Crear conciencia en la población del Centro y Sur occidente del Huila para que el % que hace falta en manejo y uso de residuos reciclables se lleven a cabo teniendo en cuenta que este se produce en un solo producto que son las maltas y que se realizan en envasado plástico.	Media

Figura1. Evaluación de desempeño Empresa Plateña G&G Ltda.

Fuente: Elaboración Propia.

2.3 Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

Se debe generar un plan de responsabilidad social empresarial a Plateña G&G Ltda, porque hay que buscar nuevos ideales de crecer como empresa, ya que la mayor dificultad que está presentando es en lo económico, buscar más de lo que se espera obtener en un futuro de manera que le permita competir con el mundo actual, ya que es un mundo cambiante y exigente sin necesidad de esperar que el empresa pase por una crisis para que busque una nueva oportunidad de progresar en el mundo.

Se considera también que necesitaría un plan de responsabilidad porque la competencia vuelve a sus clientes cada vez más exigentes, y esto hace que las compañías permanezcan en constante cambio y transformando los modelos de ventas y presentaciones de los productos constantemente, de manera que llamen la atención del consumidor y les permita tener un producto acorde a los distintos gustos y necesidades de los clientes; teniendo en cuenta que esto ayudará a mejorar la credibilidad en los clientes dependiendo la estrategia de venta que se maneje y el tipo de personal que sea contratado para ello.

Además Plateña G&G Ltda es una empresa que necesita abrir sus mercados a todo el centro y sur occidente del departamento del Huila, que le permita expandirse y dar a conocer sus productos y servicios.

Es así como un plan de RSE para la empresa generara impacto en la región con sus clientes habituales y potenciales; ya que no ha se ha logrado obtener el posicionamiento esperando que le permita a Plateña G&G cumplir con los objetivos propuestos durante sus respectivos periodos por tanto; dando a conocer lo anterior la empresa necesita aumentar sus ventas en relación a los productos que maneja teniendo en cuenta la necesidad y los gustos de los consumidores, aumentado de esta manera la credibilidad de la población del centro y sur occidente del departamento del Huila de modo que proporcione mayores ingresos y mayor impacto a nivel de la organización permitiendo crear nuevas estrategias de venta.

3. Código De Conducta Plateña G&G Ltda.

Diariamente estamos en una época en la que la confianza de las personas en las empresas se halla en los niveles más bajos de la historia; sin embargo, quienes forman parte de Plateña G&G Ltda, tienen la suerte de trabajar en una empresa admirada ya que su nombre sobresale y ha sido mejorada y salvaguardada con el pasar del tiempo, ya que cuenta con conducta ética y mediante una amplia cultura de integridad.

3.1 Modelo Gerencial las 5 fuerzas de Porter.

Teniendo en cuenta la temática desarrollada se propone para la empresa Plateña G& G Ltda; aplicar para la elaboración del código de conducta el modelo gerencial partiendo que la empresa necesita tener un direccionamiento buscando unos beneficios empresariales y lograr un nicho en el mercado, es así como el modelo de Porter muestra dentro de sus cinco componentes que se pueden aplicar dentro de la empresa una clara orientación teniendo en cuenta que la mayor dificultad está en lo económico ya que no cuenta con un plan de marketing para lograr posesionarse ampliamente en el mercado.

Dentro de las tres fuerzas de competencia horizontal encontramos para la empresa Plateña G&G la amenaza de productos sustitutos donde se puede innovar y poder conseguir un nicho en el mercado, la amenaza de nuevos competidores con nuevos productos se pueden implementar estrategias de mercadeo y la rivalidad entre los mismos competidores dentro del mercado, y las dos fuerzas verticales incluye el poder de negociación de proveedores y que se realice de manera transparente con beneficios mutuos y la habilidad de negociación de los clientes aplicando un código de conducta generando acuerdos. Con la aplicación de este modelo se puede determinar la rentabilidad que se genere y permitirá realizar la evaluación y la proyección de la empresa.

Se puede concluir que con la aplicación del modelo de Porter se generaran estrategias partiendo del análisis de la pequeña empresa ya que se ha diseñado exclusivamente para el desarrollo de negocios individuales. Gráficamente Figura No 2 podemos apreciar el modelo gerencial para la empresa Plateña G&G como se muestra a continuación.

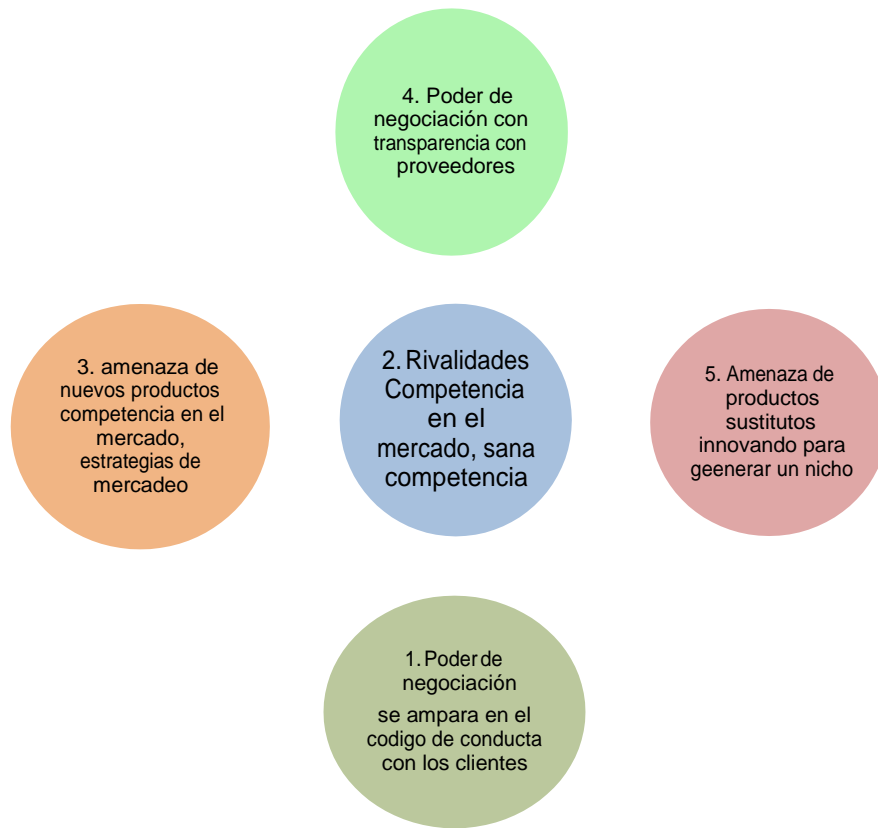


Figura 2. *Modelo Gerencial Empresa Plateña G&G Ltda.*

Fuente: *Elaboración Propia*

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

Para la construcción del código de conducta se tiene en cuenta las siguientes guías:

1. Iniciativa mundial: donde se muestran los modelos de RSE a nivel mundial y entre los cuales se encuentran:
 - a. **Normas ISO 26000.** “Esta Norma Internacional proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, el reconocimiento de la responsabilidad social y el involucramiento con las partes interesadas, las materias fundamentales y los asuntos que constituyen la responsabilidad social y sobre las maneras de integrar un comportamiento socialmente responsable en la organización Esta Norma Internacional hace énfasis en la importancia de los resultados y mejoras en el desempeño de la responsabilidad social”

Además: “Las organizaciones están sometidas a un escrutinio cada vez mayor por parte de sus diversas partes interesadas. Tanto la percepción que se tenga acerca del desempeño de una organización en materia de responsabilidad social, como su desempeño real pueden influir, entre otras cosas en:

- Su ventaja competitiva;
- Su reputación;
- Su capacidad para atraer y retener a trabajadores o miembros de la organización, clientes o usuarios;
- Mantener la motivación, compromiso y productividad de los empleados;
- La percepción de los inversionistas, propietarios, donantes, patrocinadores y la comunidad financiera, y
- Sus relaciones con empresas, gobiernos, medios de comunicación, proveedores, organizaciones pares, clientes y la comunidad donde opera”¹

Sistema de Gestión Ética y socialmente Responsable SGE 21: “Constituye una herramienta clave para la integración de los aspectos ambientales, sociales y de buen gobierno (ASG, por sus siglas) en la gestión de empresas y organizaciones de todo tipo.

- La SGE 21:** “Desarrolla los requisitos que permiten establecer, implantar y evaluar en las organizaciones el Sistema de Gestión ética y Socialmente Responsable, propuesto por fonética. Implantar este sistema supone para la dirección de la organización un convencimiento de su capacidad de generar un liderazgo responsable”²
- NORMA SA 8000:** “Adoptar la norma SA 8000 implica que la empresa considera el impacto social de sus operaciones, además de las condiciones en que trabajan sus empleados, socios y proveedores. Se puede aplicar a cualquier empresa, de cualquier tamaño, en todo el mundo. La certificación de su empresa según SA 8000 con una auditoría de SGS le ayudará a desarrollar y mejorar la responsabilidad social en sus operaciones. La colaboración con nuestros expertos auditores para implementar el

¹ <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

² <http://foretica.org/sge21/>

estándar de puesto de trabajo más reconocido a nivel mundial muestra responsabilidad social a la hora de optar a contratos y expandir su empresa.”³

También para poder redactar el código de conducta en la empresa Plateña G&G Ltda se tiene en cuenta una serie de Iniciativas mundiales como son:

- a. **Libro Verde:** donde se observa un amplio debate sobre cómo se fomentaría la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, así como las practicas innovadoras, generar mayor fiabilidad de validación, de acuerdo a este libro las políticas nacionales deben guardar relación con las políticas comunitarias así como con los estándares y códigos internacionales.
- b. **Convenios internacionales de derechos humanos:** aquí se da a conocer obligaciones fundamentales mínimas, reafirman que las empresas trasnacionales y otras empresas comerciales por ser órganos de una sociedad hablamos de instituciones y grupos de individuos tienen responsabilidades.

3.3 Propuesta código de conducta de la empresa Plateña G&G Ltda.

La empresa se creó en base a esta confianza y compromiso de sus socios, lo que influye en cómo los consumidores estiman los productos y cómo los asociados los perciben como inversión. Actualmente se ve una gran cantidad de grandes empresas que contaban con muy buena reputación y que luego fueron quedando atrás para siempre a causa de acciones no éticas de unas pocas personas o hasta de una sola persona, dicho lo anterior Plateña G&G Ltda, cuenta con el siguiente código de conducta partiendo de las siguientes pautas:

- Que su gente sea una ventaja más fuerte
- La responsabilidad sea individual y clara
- Trabajen y ganen en equipo
- Entiendan y respeten a los clientes y consumidores
- Su reputación sea indivisible.

Que su gente sea una ventaja más duradera:

³ <https://www.sgs.co/es-es/sustainability/social-sustainability/audit-certification-and-verification/sa-8000-certification-social-accountability>

- El compromiso de su gente se distinga de los demás
- Aprecien y fomenten la diversidad
- Seleccionen y desarrollen al personal para el logro de metas a largo plazo
- Que lo que se tenga en cuenta sea el desempeño.

La responsabilidad sea individual y clara:

- Las metas y los objetivos estén definidos y claramente articulados.
- Se valore y el compromiso y el rigor intelectual.
- Sean sinceros con su desempeño.
- Exijan y permita la autogestión.

Trabajen y ganen en equipo:

- Desarrollen y compartan activamente el conocimiento dentro de Plateña G&G.
- Equilibren conscientemente los intereses personales y de Plateña G&G.
- Fomenten la confianza y la integridad en las relaciones internas.
- Promuevan diversión y tranquilidad al equipo de trabajo.
- Apoyo entre compañeros y jefes.

Entiendan y respeten a los clientes y consumidores:

- Se preocupen siempre por conocer las necesidades y apreciaciones tanto de sus clientes como de sus consumidores.
- Construyan relaciones duraderas sobresaliendo siempre la confianza.
- Aspiren ofrecer lo mejor tanto de sus de productos y servicios.
- Sean siempre innovadores y pioneros en un mundo en constante cambio.

Su reputación es indivisible:

- Que su reputación se base de lo que hace y dice cada uno de sus empleados
- Construyan su reputación para un futuro a tanto a corto como largo plazo
- Sean éticos y justos en cada uno de sus negocios
- Beneficien a las comunidades donde se distribuyen los distintos productos que se ofrecen.

Se tiene en cuenta que para poder realizar un código de conducta Ética significa hacer lo correcto, de forma correcta, tanto en lo personal y en los negocios, bajo los siguientes elementos primordiales como lo es el respeto y dignidad, la honestidad y la sinceridad, la equidad y la justicia y finalmente la rendición de cuenta y responsabilidad.

La señal fundamental es que la ética invita a realizar lo correcto siempre; por lo tanto el Código de conducta de la empresa Plateña G&G Ltda describe, las normas mínimas de comportamiento requeridas de todos los empleados de la empresa. Donde cada uno de ellos deberá efectuar cada una de estas normas de comportamiento que serán una guía en el momento de tomar una decisión y adoptar cualquier tipo de medidas.

- ✓ Mantener un enfoque ético al realizar un negocio de manera que siempre resalten los valores de Plateña G&G
- ✓ Respalda el logro de la Misión de Plateña G&G de modo que siempre se caracterice por su reputación, tanto ahora como más adelante.
- ✓ Mantener los más altos estándares de comportamiento ético en las relaciones de negocios con la compañía, consultores, colegas, socios comerciales, proveedores, clientes, contratistas, partes interesadas y la comunidad.

Principios

La ética no indica hacer los negocios de la mejor manera. No significa solamente hacer lo que es legal en una situación determinada, sino realizar lo que es correcto y utilizar destrezas comerciales comprometidas, sin autorizaciones en nuestros elementos éticos.

- ✓ Plateña G&G y sus empleados tienen ser honestos y justos con cada una de sus relaciones comerciales y esto hace que ellos hagan lo mismo.
- ✓ Los empleados no deben realizar actividades que generen interrogantes acerca de la reputación e integridad e imparcialidad de Plateña G&G.

- ✓ Los empleados deben actuar y demostrar siempre de manera ética cada una de sus actividades y demostrar su compromiso y respeto para con sus clientes.

Prácticas obligatorias.

La empresa Plateña G&G puede exigir necesarias para todos los empleados de la las siguientes prácticas de ética:

Obligación de rendir cuentas con responsabilidad.

- Aceptar la obligación y responsabilidad de rendir cuentas por las acciones y decisiones.
- Ser cuidadosos con cada uno de los recursos de la empresa que le han entregado, vigilándolos, conservándolos y protegiéndolos frente ante cualquier situación.

Justicia y Veracidad

- Demostrar compromiso, respeto e integridad tanto con clientes, socios comerciales, compañía y demás partes interesadas.
- Proceder con sinceridad en cualquier parte y de una manera incuestionable en cualquier lugar.
- Respetar los derechos de cada persona de manera justa, consciente y honesta.
- No permitir la discriminación.
- Rechazar el abuso de poder por el cargo que se desempeñe en la empresa.

Conflictos de intereses

- Evitar cualquier tipo de conflicto que afecte los intereses de la empresas Plateña G&G y/o con cualquier compañía, que pueda ocasionar o bajar su buena reputación
- Informar a tiempo cualquier insustancia que pueda ocasionar un conflicto de intereses, ya sea entre socios, clientes, contratistas, proveedores y demás partes interesadas.

Soborno

- Evitar cualquier acto deshonesto que ponga en duda la reputación de Plateña G&G, ya sea por el ofrecimientos en dinero, regalos o demás que se acepten como incentivo en pro de realizarlo.
-

- y reportar todo acto de soborno teniendo en cuenta que el soborno es el ofrecimiento de regalos, préstamos, honorarios, gratificaciones o cualquier otro tipo de beneficio, a cualquier persona a modo de incentivo para realizar un acto deshonesto, ilegal o que implica el quebrantamiento de la confianza, durante la conducción de los negocios de la empresa
- Evitar ocasionar la violación de la confianza que ha adquirido la empresa a través del tiempo por dejarse sobornar sabiendo que es una práctica prohibida en la empresa y se sanciona con rigor.

Obsequios y atenciones

- Obtener obsequios o atenciones a cambio de prestar un buen servicio ya que el trabajo que viene ejecutando la empresa brindar una buena imagen sin esperar recibir nada a cambio.
- Solo se aceptaran las atenciones y obsequios de acuerdo con los parámetros que señale la compañía.

Normas y prácticas comerciales

- Cumplir la ley.
- Cumplir las normas y el manual de procedimientos de la empresa Plateña G&G.
- Conseguir información de manera legal, respetando el reglamento interna de Plateña G&G.
- Respetar la confidencialidad de la información de la empresa, y utilizar la información únicamente para su propósito.

Reporte de comportamientos antiéticos

- Reportar cualquier conductas que no sea ética que podrían ir en contra de las reglas de la empresa; de la misma manera reportar cualquier amenaza o recriminación por hacerlo.

Ética estructurada

- Ser clara, templada, exacta y veraz en la sociabilidad y en las declaraciones de los interesados.
- Ser imparcial
- Ser responsable y social.
- Que los productos y servicios entregados sean de alta calidad y seguros.
- Proteger su credibilidad e integridad.

- Cumplir con las obligaciones conscientemente.
- Forjar relaciones que perduren tanto con clientes y consumidores.
- Ser el mejor patrón, porque la gente es la ventaja más duradera.

Privacidad

Respetar las políticas de privacidad de la Empresa tanto de sus empleados, consumidores y socios comerciales. Acogiéndonos a las leyes de privacidad legales y de la empresa. Los funcionarios que manejan información personal de terceras personas, deben:

- Proceder según la ley aplicable.
- Operar de acuerdo con todas las obligaciones convenidas pertinentes.
- Usar la información únicamente con fines comerciales legítimos.
- Restringir el acceso a la información no autorizada a aquellos quienes tienen un fin comercial justificado para verla.
- Respetar la política de privacidad de la empresa y solo permitir que sea manejada por personal idóneo y contratado para ello.

3.4 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta de la empresa Plateña G&G Ltda.

La empresa Plateña G&G Ltda, orientada por el modelo gerencial necesita disponer de recursos económicos que le permita generar un mejoramiento continuo con un buen desempeño en sus actividades económicas, teniendo en cuenta la importancia de la responsabilidad social, económica y ambiental. De esta manera la empresa Plateña G&G Ltda partiendo que la falta de implementación de un buen plan de marketing es su mayor debilidad para generar ingresos y le permita expandirse en el mercado; se pretende cubrir las expectativas de los clientes e implementar nuevos productos generando más nichos en los mercados para posicionarlos. Partiendo del código de conducta que se propone es necesario generar una propuesta de inversión que permita a la empresa cumplir con las necesidades tanto internas como externas.

Dicho lo anterior se presenta en la figura 3 los recursos financieros del código de conducta para Plateña G&G.

Ítem	Valor
Conformación de un comité dentro de la empresa Plateña G&G Ltda	\$ 300.000.00
Elaboración del Código de conducta.	\$ 2.000.000.00
Contratación personal externo para la revisión del código y realizar correcciones.	\$ 2.500.000.00
Socialización del código de conducta.	\$ 1.500.000.00
Impresiones, reproducción y entrega del código de conducta	\$ 2.500.000.00
Capacitación del personal con el fin de que se adopte y aplique el código de conducta para poder realizar las diferentes estrategias y generar mayores ingresos.	\$ 3.000.000.00
Refrigerios diferentes actividades	\$ 5.000.000.00
Total	\$ 16.800.000.00

Figura 3. *Recursos financieros Código de conducta.*

Fuente: *Elaboración Propia*

4. Stakeholders

4.1 Descripción de los Stakeholders.

Dentro de la definición de Stakeholders se agrupa trabajadores, comunidad, accionistas, proveedores, entre muchos actores claves más que se relacionan y que se miran afectados por las decisiones que se deben de tomar dentro de la empresa, el principal fin es generar confianza para lograr el desarrollo de la organización, en resumen el termino Stakeholders se refiere a quienes pueden afectar o son afectados por las actividades y determinaciones que se desarrollan en la empresa, estos grupos deben ser consideraos en la planificación de las estrategias como el elemento más importante.

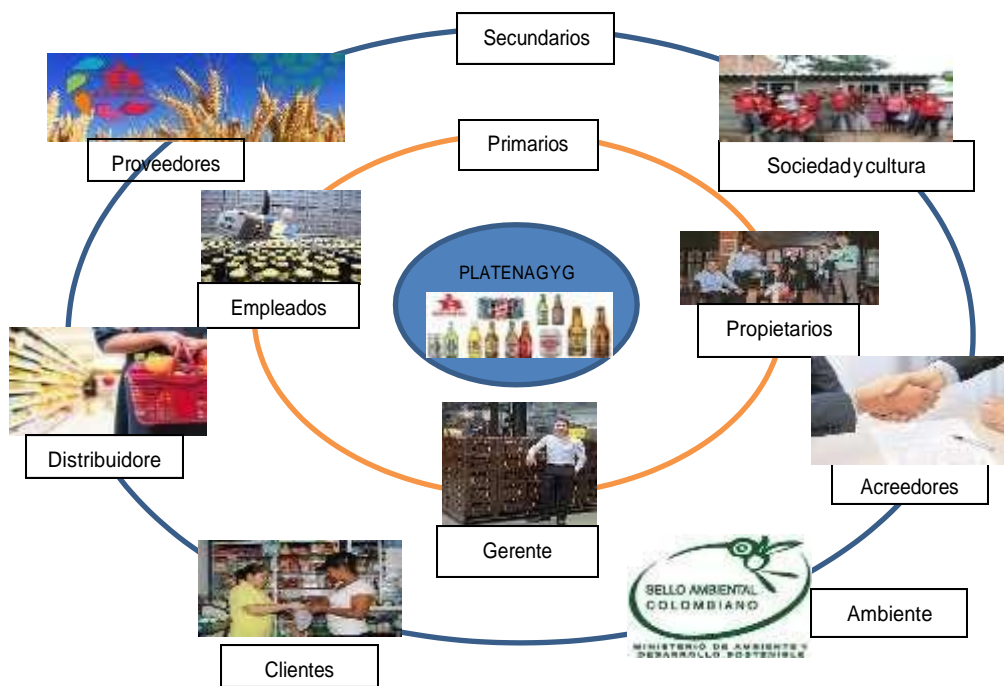


Figura 4. *Mapa genérico de Stakeholders Empresa Plateña G&G Ltda.*
 Fuente: *Elaboración Propia*

Como se observa en la Figura No 4, en el mapa genérico de la empresa Plateña G&G Ltda, se distinguen dos niveles primario y secundario, en el primario se encuentran: los empleados, Partimos de que todas las actividades que se desarrollan en la empresa se basan en el desarrollo del trabajo armónico de los empleados, por cuanto el compromiso es cumplir con los salarios integrales y generar actividades de bienestar para aportar en el desarrollo personal. También están los propietarios, quienes generan empresa con el fin de brindar empleo y bienestar a una comunidad aportando para el desarrollo de una región y el gerente, quien es la persona capacitada que posee liderazgo para enfrentar los desafíos, con una visión que transforma y junto con su grupo de trabajo genera ideas de sostenibilidad y rendimiento encaminado al éxito de la empresa y sus colaboradores.

En el secundario por ser el área de acción de la empresa encontramos los proveedores, quienes suministran los productos para ser comercializados aplicando diferentes estrategias para que sean aceptados en la comunidad, los distribuidores son el canal para poder hacer llegar los productos a los clientes la razón de ser de toda empresa ya que son quienes consumen los productos por tanto

es indispensable atender sus necesidades oportunamente brindándoles los mejores servicios y atención, también es importante en esta línea el aporte con el medio ambiente para generar su protección para lo cual se quiere contar con un sello ambiental que genere confiabilidad del uso de los materiales de los productos comercializados y su manejo, los acreedores juegan un papel importante como respaldo financiero para poder invertir en la empresa y en su crecimiento, y la sociedad y cultura aportar para mejorar las condiciones de la comunidad donde desempeña su comercialización y brinda los servicios con el fin de aportar al desarrollo a través de diferentes programas como de vivienda, educación, salud etc.

5. Plan De Responsabilidad Social Empresarial Plateña G&G Ltda.

Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económico	Propietarios	* Mantener un buen equipo de trabajo que contribuya al crecimiento empresarial.	* Realización de Capacitaciones y charlas a todo el personal de la empresa. * Reconocimiento de incentivos o bonificaciones por buen desempeño en labores realizadas y cumplimiento de metas a trabajadores del área de ventas	6 meses 1 año	* Expertos en procesos de calidad. * Económicos y/o financiero por parte del área gestión de ventas. * Talento humano	* Número talleres realizados/ empleados de la empresa. * Número de incentivos entregados por cumplimiento de metas / trabajadores de ventas * Número de incentivos entregados por buen desempeño en servicio / Personal Administrativo.	Mensual Bimestral Semestral
	Gerente	* Alcanzar un mejor posicionamiento de la empresa en el mercado. * Lograr el cumplimiento de las metas propuestas	* Realización de estudio de mercadeo con el fin de analizar el comportamiento de los clientes. * Realizando promociones y descuentos. * Brindando calidad y seguridad en el servicio.	6 meses 6 meses 2 meses	* Personal de mercadeo y marketing. * Personal de marketing, publicidad, radio y T.V * Personal Administrativo y de ventas	* Número de clientes / número de clientes potenciales encuestados para analizar y crear el plan de marketing y estrategias. * Campañas publicitarias. * Clientes Diarios / Personal Administrativo	Mensual Trimestral Semanal
	Proveedores	* Conservar sus clientes que les permita favorecer y crear estabilidad.	* Cumplir con los pedidos solicitados	2 meses	* Personal de ventas, administrativo y Financiero.	Numero de pedido realizados / Numero de pedidos cumplidos	Quincenal
	Empleados	* Promoción de condiciones laborales dignas para los empleados	* Capacitación de los empleados con el fin de mejorar su desempeño laboral	6 meses	* Talento humano * Capacitación expositores.	* Numero de capacitaciones proyectadas/ número de personal capacitado	Bimestral

Social	Comunidad	<p>* Promover en la comunidad el consumo responsable de bebidas, forjando una relación donde lo principal es velar por la salud de la comunidad y su bienestar con una sana diversión.</p> <p>*Ejecutar campañas preventivas de consumo de bebidas alcohólicas.</p>	<p>* Realización de campañas publicitarias donde se dé a conocer el consumo responsable de bebidas.</p> <p>* Realizar campañas de concientización del consumo de bebidas y los problemas que causan los excesos y la irresponsabilidad.</p> <p>* Desarrollar campañas para la prevención del consumo de alcohol con estudiantes de las 4 instituciones educativas en el Municipio de La Plata Huila.</p>	<p>1 año</p> <p>6 meses</p>	<p>* Personal de mercadeo–marketing.</p> <p>* Pancartas, afiches, volantes/ Personal de Marketing/ Video beem.</p>	<p>* Numero de campañas realizadas /Numero de encuestas aplicadas para medir el Impacto causado por las propagandas publicitarias en la Bimestral comunidad. * número Mensual de estudiantes o colegios vinculados con la estrategia/ número de campañas desarrolladas.</p>
	Empleados	<p>Realización de planes de integración para los empleados con el fin de ser tenidos en cuenta en todos los ámbitos de la empresa.</p>	<p>Desarrollo de planes de bienestar que genere integración de los empleados como parte integral y fundamental de la empresa</p>	<p>1 año</p>	<p>* Talento humano y bienestar laboral</p>	<p>* Numero actividades desarrolladas de los planes de bienestar / Número total de personal empleado participativo.</p>
	Distribuidores	<p>Mejorar los términos de negociación con el fin de obtener un beneficio mutuo.</p>	<p>Talleres de comercialización y marketing de los productos, valores nutricionales y precauciones de consumo</p>	<p>6 meses</p>	<p>* Área de comercio y marketing</p>	<p>* Numero de talleres realizados /Numero de distribuidores capacitados</p>
Ambiental	Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible	<p>* Garantizar productos que no sean nocivos para la salud y el medio ambiente.</p> <p>Desarrollo de planes de concientización a empleados y distribuidores</p>	<p>* Realización de estudios de los productos comercializados. *</p> <p>Capacitaciones sobre el impacto de los productos comercializados</p>	<p>1 año</p> <p>1 año</p>	<p>* Técnicos análisis de muestras.</p> <p>* Profesionales temas de impacto ambiental</p>	<p>* Número de productos analizados /número de clientes concientizados. * Numero de charlas implementadas / Numero de objetivos alcanzados</p>
	Comunidad	<p>Realización de campañas de sensibilización a los consumidores sobre el impacto del medio ambiente.</p>	<p>Capacitación y charlas sobre el verdadero impacto del consumo de los productos tanto para la salud como para el medio ambiente</p>	<p>1 año</p>	<p>Profesionales en temas de impacto ambiental y de salud</p>	<p>Cantidad de charlas realizadas/ alcance de las capacitaciones en la comunidad</p>

Figura 6. Plan de Responsabilidad Social Empresarial de Plateña G &G Ltda.

Fuente: Elaboración Propia

5.1 Plan de Comunicaciones de Plateña G&G

Plan De Comunicaciones de Plateña G&G Ltda.			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económico	Propietarios	Mensual.	Comunicados internos, correos electrónicos, correspondencia.
	Gerente	Mensual.	Campaña vía redes sociales, internet, medios de comunicación.
	Proveedores	Bimensual	Reuniones informativas con los interesados, comunicados y llamados,
	Empleados	Mensual.	Por correo interno partiendo de la privacidad de la información.
Social	Comunidad	Bimestral.	Aplicación de encuestas, utilización de medios de comunicación masiva, campañas televisivas, internet y redes sociales.
	Empleados	Bimestral.	Notificación correo electrónico, socialización de los planes de bienestar y de mejoramiento.
	Distribuidores	Mensual.	Correspondencia, reuniones periódicas, informes
Ambiental	Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible	y Bimestral.	Informes, correo electrónico, notificaciones,
	Comunidad	Mensual	Informes de prensa, radio, revistas, artículos por redes sociales.

Figura No 7. Plan de Comunicaciones Empresa Plateña G&G Ltda.

Fuente: *Elaboración Propia*

5.2 Modelo de Informe de Gestión Plateña G&G Ltda.

Teniendo en cuenta que la Empresa Plateña G&G Ltda aplica el modelo de Potter en el cual se tiene en cuenta las cuatro determinantes que son el poder de negociación tanto con clientes como con proveedores, amenaza de nuevos productos y de productos sustitutos, encaminados a determinar tanto la rentabilidad de la empresa, la evaluación y proyección de la misma con la realización del trabajo en equipo que beneficie a todos en general.

Se propone un modelo de informe de gestión GRI (Iniciativa de información Global) donde se tiene en cuenta ejes temáticos como derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente entre otros encaminados al desarrollo sostenible, el GRI es considerado un marco de acción que facilita la legitimidad social de los negocios en el mercado proyectándonos como una empresa más estable, equitativa e incluyente, aportando para el beneficio positivo de una comunidad. Es así como Plateña G&G Ltda con la aplicación de este modelo de informe la empresa quiere realizar la rendición de cuentas del desempeño económico, social y ambiental generando un informe de sostenibilidad integral y transparente.

6. Conclusiones

Con el desarrollo del presente trabajo se miró la necesidad de implementar un plan de responsabilidad social empresarial para Plateña G&G, en el entorno económico que permita mejorar la credibilidad que ha venido adquiriendo a través de los años, de tal manera que se pueda minimizar algunos impactos que puede generar la empresa en el desarrollo de su actividad económica, aplicando sus principios y valores generando un mejor servicio y aportando a la comunidad en general.

La elaboración del mapa de los Stakeholders de la empresa Plateña G&G Ltda permitió identificar los diferentes actores que participan de manera directa o indirecta en la empresa, y se agrupan teniendo en cuenta los diferentes intereses, logrando responder de manera positiva a los posibles problemas que se presentan tomando decisiones sin afectar a los actores.

Se concluye también que la empresa Plateña G&G Ltda, con la adopción del PRS genero un mayor compromiso empresarial mejorando la competitividad y productividad, logrando mayor reconocimiento en la comunidad y adquiriendo un nicho en el mercado alcanzando una mayor expansión y rentabilidad.

7 Bibliografía.

- Alonso, V. (2006). Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España. 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.
- Braidot, N. (2014). Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement. (pp. 28-35, 431-473). <http://ojs.uac.edu.co/index.php/dimensionempresarial/article/download/209/193> (página 63 en adelante)
- 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>
- Carballo, R. (2005). Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación, Ediciones Díaz de Santo.
- Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>
- 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 Estrategia (RIAE), 16(2), 104-124. Doi:10.5585/riae.v16i2.2475.
- Dacasa, E. (2017). Sobre la ética y la responsabilidad social empresarial. (Spanish). Revista Académica, Facultad De Derecho, 14(29), 43-92.
- De Paula, G., Ferraz, J. & Núñez, G. (2006). CEPAL. Gobernabilidad corporativa, responsabilidad social y estrategias empresariales. (p. 22-46)

Dirección de Asuntos Económicos Multilaterales de Dirección. 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>

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>

Información suministrada por Administrador Plateña G&G

Malfitano, C. Arteaga, R. & Romano, S. (2007). Neuromarketing: celebrando negocios y servicios, capítulo 9. (pp. 244-245).

Narváez, M. (2017). Teoría de los Stakeholders. [Archivo de video].

Narvaez, M. (2018). Marketing Corporativo vs. Marketing social. [Archivo de video].

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>

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014). Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. Pág. 17-23, 30-31.

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>

Páramo, D. (2016). Una aproximación al marketing social. Pensamiento & Gestión. (pp. vii-xii).

Porter, M. (2015). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. 2a. edición. Editorial Patria.

Schwalb, M., & García, I. (2013). *Dimensiones de la responsabilidad social del marketing. Utopía Y Praxis Latinoamericana*, 18(63), (pp. 434-456).

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

A continuación se presenta el video que hace referencia a al marketing social y al marketing corporativo, además se identifica el tipo de sector al que pertenece la empresa Plateña G&G.

Anexo A. Enlace video subido a You Tube

<https://youtu.be/ZNPXMOWr1IE>