

**LA BASE PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA,
FUNDAMENTADA EN EL PAPEL QUE JUEGAN LAS EMPRESAS A LA LUZ
DE LA NORMA ISO 26.000.**

¿QUÉ ESTÁ SUCEDIENDO DENTRO DE LA MULTINACIONAL MERCK?

Por:

Laura María Aguilar Ortega

Carlos Fernando Torres Sandoval

Trabajo de grado

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

ENERO 2012

**LA BASE PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA,
FUNDAMENTADA EN EL PAPEL QUE JUEGAN LAS EMPRESAS A LA LUZ
DE LA NORMA ISO 26.000.**

¿QUÉ ESTÁ SUCEDIENDO DENTRO DE LA MULTINACIONAL MERCK?

Autores:

Laura María Aguilar Ortega

Carlos Fernando Torres Sandoval

Tutor:

Juan Bernardo Gaitán. (Q.E.P.D.)

Rafael Piñeros

Trabajo de grado

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

ENERO 2012

Dedicamos este trabajo a nuestros familiares por su apoyo incondicional, Sin ellos no habríamos logrado ésta victoria, es muy satisfactorio saber que cada uno de ellos aportó de una manera u otra en la consecución de este objetivo

LOS QUEREMOS!

Juan Bernardo Gaitán (Q.E.P.D.) quien fue nuestro mentor en este proceso, Dios lo Guarde donde quiera que esté y esperamos que desde el cielo nos siga guiando.

Gracias a todos nuestros profesores, quienes nos compartieron su conocimiento, y nos dieron siempre el mejor consejo.

PALABRAS CLAVE:

Responsabilidad Social, Responsabilidad Social Empresarial, Stakeholders, Ética Empresarial, ISO 26000.

RESUMEN:

Dentro del marco empresarial, uno de los conceptos más utilizados en los últimos años ha sido el de responsabilidad social, aunque muchas compañías entienden el concepto, no saben cómo ponerlo en práctica, en las próximas páginas, usted querido lector sabrá qué debe hacer para hacer que su compañía sea reconocida como socialmente responsable.

ABSTRACT:

Within the business environment, one of the most used concepts in recent years has been of the social responsibility, although many companies understand this concept, they do not know how to implement it, in the next few pages, you dear reader will know what to do to your company to be recognized as socially responsible

CONTENIDO

PALABRAS CLAVE:	4
RESUMEN:.....	4
ABSTRACT:.....	4
GLOSARIO.....	10
1. INTRODUCCION.....	12
2. OBJETIVOS.....	13
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	13
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	13
3. ÉTICA DE EMPRESAL.....	15
3.1 Ética de la empresa dentro de un contexto social.....	17
4. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	19
4.1. Características de la Responsabilidad social.....	25
4.1.1. La Responsabilidad Social Empresarial y los Grupos de Interés	25
4.2. Principios de la responsabilidad social corporativa.....	30
4.3 Temas claves	32
4.4. Organización gubernamental	33

4.5. Derechos humanos.....	34
4.6. Practicas de trabajo.....	35
4.7. Medioambiente.....	36
4.8. Prácticas justas de operación.....	37
4.9. Consumidor.....	38
4.10. Implicación y desarrollo de la comunidad.....	38
5. GUÍA ISO 26000	39
5.1. Metodología.....	40
5.1.1. Introducción.....	44
5.1.2. Principios de RSE:	45
5.1.2.1Rendición de cuentas:	45
5.1.2.2. Transparencia:	45
5.1.2.3. Comportamiento Ético:	46
5.1.2.4. Respeto por las leyes:	48
5.1.2.5. Respeto por los intereses de los grupos de interés:	49
5.1.2.6. Respeto por la ley internacional:	50
5.1.2.7. Respeto a los derechos humanos:	51
5.1.3. Temas Relevantes:	52

5.1.3.1. Gobierno Organizacional:	52
5.1.3.2. Derechos Humanos:	54
5.1.3.3. Prácticas Laborales:	58
5.1.3.4. Medioambiente	60
5.1.3.5. Practicas operativas justas:	62
5.1.3.6. Asuntos de los consumidores:	65
5.1.3.6. Participación Activa y desarrollo de la comunidad:	69
5.1.4. Identificación de los grupos de interés:	72
5.1.5. Intereses de los grupos de interés:	75
5.1.6. Análisis hoja de resultados:	78
5.2. ¿ISO 26000 puede ser una ventaja competitiva?.....	80
5.3. ¿Por qué debo acatar la ISO 26000?.....	80
5.4. ¿Me castigan sino cumpla con la ISO 26000?	81
5.5. Ética y comunicación.....	82
5.6. Ética y empresa (Dimensiones éticas)	83
5.7. Compromiso Social Vs Volumen de ingresos	88
6. MERCK S.A.	91
6.1. Compromiso a nivel mundial	91

6.2. Misión y Valores	92
6.3. Guía de responsabilidad social de la empresa.....	93
6.3.1. Valores.....	93
6.3.2. Responsabilidad Social.....	94
7. CONCLUSIONES	97
8. RECOMENDACIONES	99
9. BIBLIOGRAFIA	100

CONTENIDO FIGURAS

<i>Figure 1</i> La Pirámide de RSE (Banco Mundial)	23
<i>Figure 2.</i> Introducción Medicion de Responsabilidad Social Empresarial.....	44
<i>Figure 3.</i> Clasificación Grupos de Interés.	75
<i>Figure 4.</i> Hoja de Resultados Medición Responsabilidad Social Empresarial.	78

CONTENIDO TABLAS

Table 1 . <i>Hoja de Resultados Medición Responsabilidad Social Empresarial.</i>	16
Table 2. <i>Hoja de Resultados Medición Responsabilidad Social Empresarial.</i>	45
Table 3. <i>Transparencia</i>	46
Table 4. <i>Comportamiento ético.</i>	47
Table 5. <i>Respeto por las leyes</i>	48
Table 6. <i>Respeto por los intereses de los grupos de interés.</i>	49
Table 7. <i>Respeto por los intereses de los grupos de interés.</i>	51

Table 8. <i>Respeto por los intereses de los grupos de interés.</i>	52
Table 9. <i>Gobierno Organizacional.</i>	53
Table 10. <i>Derechos Humanos.</i>	54
Table 11. <i>Prácticas laborales</i>	59
Table 12. <i>Medioambiente</i>	61
Table 13. <i>Prácticas operativas justas</i>	62
Table 14. <i>Asuntos de los consumidores</i>	65
Table 15. <i>Participación Activa y desarrollo de la comunidad</i>	69
Table 16. <i>Identificación de los grupos de interés</i>	72
Table 17. <i>Identificación de los grupos de interés</i>	74
Table 18. <i>Identificación de los grupos de interés</i>	76
Table 19. <i>Compromisos con los grupos de interés</i>	77

GLOSARIO

Responsabilidad Social: Es el compromiso adquirido por las personas y/o empresas, que por medio de sus acciones generan un impacto directo en la sociedad.

Responsabilidad Social Empresarial: Es el compromiso adquirido por las empresas, que por medio de sus acciones contribuyen al desarrollo humano sostenible.

Responsabilidad Económica: Es el compromiso que tienen las empresas con la sociedad, de generar riqueza basada en valores y prácticas éticas.

Responsabilidad Medioambiental: Es el compromiso que tienen las empresas con el entorno físico en el cual realiza sus operaciones.

Stakeholders: Son todos aquellos participantes y/o partes involucrados por un proyecto o una empresa (accionistas, empleados, inversionistas, propietarios, comerciantes, gobierno, grupos sociales, sindicatos, gremios, campesinos, vecinos) que pueden estar afectados de manera positiva o negativa.

Ética: Es la ciencia que estudia la moral y conducta humana

Ética empresarial: Es el conjunto de los valores, normas y principios reflejados en la cultura organizacional, sincronizados para adaptarse a los distintos entornos.

Comunicación: Es un proceso de transmitir ideas o bien símbolos, que tienen el mismo significado para dos o más sujetos los cuales intervienen en una interacción.

Oncocercosis: Es una enfermedad producida por un gusano llamado *Onchocerca volvulus* que produce daños en la piel y puede llegar a producir graves daños en los ojos hasta dejar ciegos a las personas.

1. INTRODUCCION

En la actualidad las empresas están implementando la responsabilidad Social, sin tener en cuenta los estándares internacionales, dado que no existe una homogenización de los procesos. Por ello cabe preguntarse de qué manera se podría implementar la norma ISO 26000 en alguna empresa colombiana.

Como estudiantes de la facultad de Administración de Empresas de la Universidad del Rosario, es nuestro deber cuestionarnos acerca de la actual condición de la cultura empresarial basándonos en la ética y responsabilidad social. Haciendo hincapié en la importancia que tiene para la sociedad actual que los futuros gerentes de sus compañías tengan claro la definición de estos términos, para evitar la tergiversación y el mal aprovechamiento que se le está dando a esta nueva tendencia de la administración.

Es de suma importancia que todas las empresas tengan procesos estandarizados en materia de responsabilidad social, en la medida en que esto ayude al crecimiento de las sociedades; para ello vemos fundamental el hecho de difundir conocimiento a partir de la aplicación de una guía teórico-práctica que acompañe a las empresas en el proceso de implementación de la norma ISO 26000.

1. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Lograr crear una guía metodológica, la cual permita a las compañías interesadas la implantación de la norma ISO 26000

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Desarrollar las herramientas de dirección, que permitan a las empresas evaluar, monitorear e informar los avances que se han logrado en materia de responsabilidad social.
2. Realizar una guía de fácil acceso que permita a las empresas la estandarización de la norma ISO 26000 y sus implicaciones.
3. Hacer un análisis sistemático del alcance que tiene la norma ISO 26000 dentro de las empresas.
4. Analizar la relación entre ética empresarial y responsabilidad social, identificando el impacto de las mismas en cuanto a imagen corporativa y volumen de ingresos.

5. Identificar como MERCK S.A específicamente en la unidad de oncología, los programas de responsabilidad implementados y el impacto de los mismos en la comunidad de interés.

3. ÉTICA DE EMPRESAL

Ética de empresa se puede ver desde varios frentes, teniendo en cuenta que las empresas son transversales al contexto de las sociedades, para eso la Dra. Adela Cortina nos presenta un marco teórico en su libro *Ética de Empresa*. Para lograr entender el concepto de ética es necesario referirnos a lo que ella dicta allí.

La ética en primer sentido se convierte en el vehículo en el que las personas gestionamos nuestros entornos, teniendo en cuenta que hay variables modificables (actitudes, comportamientos, hábitos) y otras las cuales perdemos injerencia (Actitudes de los demás, normas, políticas)

Para Aristóteles la ética partía del hecho de vivir bien, ¿pero qué es vivir bien?, seguramente cada persona tiene comportamientos que dentro de su “vivir bien” están aceptadas, por ejemplo para un rastafarai vivir bien podría ser tener asegurada su dosis de marihuana diaria, para otros este comportamiento no es sinónimo de buena vida, entonces ¿cómo logramos emitir un concepto de ética que sea homogéneo para todos?

En primera instancia hay que tener claro, cuáles son nuestros fines, valores y hábitos, la mezcla perfecta entre estos tres elementos hará que nuestra vida tenga razón. Entendiendo hacia dónde nos dirigimos podemos lograr muchas de nuestras metas, entendiendo el fin último de nuestro actuar logramos entender las actitudes que asumimos, los valores aprendidos a lo largo de la vida, van formando el carácter de las

personas, teniendo en cuenta que las situaciones cotidianas van haciendo que nuestra vida vaya encurdándose para alcanzar los fines de nuestra existencia.

Si extrapolamos el concepto de trasegar por la vida humana y lo acomodamos a la historia de una empresa que va a nacer, son muchos los símiles que pueden encontrarse, teniendo en cuenta que en ambos casos hay una voluntad de hacer algo, por un lado, el de unos padres que desean tener un hijo y por el otro el deseo de un empresario de tener su empresa. En ambos casos debe existir el pleno conocimiento de las obligaciones y los derechos que se tienen sobre ese nuevo “ser” y por último deben haber parámetros claros de cómo se desea hacer crecer ese ser.

Para el caso de la ética en empresa, cuando el deseo de un empresario está teñido por un interés oscuro, automáticamente la nueva empresa va quedar “ensuciada” ya que su comportamiento natural y educación está siendo afectado por una persona inescrupulosa que no tiene sentido ético. De ahí en adelante esa nueva empresa, no va a tener comportamiento ético, igual sucede con un niño cuyo padre no tiene un comportamiento ejemplarizante, la influencia de él, sobre el comportamiento del menor es directa; todo el conjunto de estas variables se define como carácter.

En conclusión tenemos estos cuatro elementos para armar un panorama de la ética en empresa:

Table 1 . Hoja de Resultados Medición Responsabilidad Social Empresarial.

Encontrar el fin específico: Debemos entender cuáles son nuestros	Medios: Debemos saber cuáles son nuestros
---	---

objetivos y hacia donde nos queremos orientar.	recursos para alcanzar ese fin específico.
Hábitos, valores y carácter: Saber cuáles son las actitudes habituales, cuáles son los valores adquiridos y qué tipo de carácter queremos imprimir	No estamos solos Saber que nuestra naturaleza humana nos proyecta hacia el relacionamiento con nuestro entorno.

3.1 Ética de la empresa dentro de un contexto social

La ética de empresa puede ser catalogada como un movimiento el cual surgió como el resultado de la convergencia de varios factores. A saber los más importantes fueron, el cambio de mentalidad de algunos sectores que se enmarcan dentro del capitalismo, quienes se dan cuenta de los desaciertos del sistema de mercado imperante y del cual ellos hacen parte. Es común ver como la iglesia católica tiene alta influencia dentro de los mecanismos de acción de las empresas nacientes (en su gran mayoría) y de algunas que hasta ahora están por salir.

En este orden de ideas, podemos decir lo siguiente: La ética de empresa es la disciplina que ayuda a que se tomen mejores decisiones en la empresa, logrando así que se hagan mejores relaciones entre los clientes internos y externos asegurando la creación de una cultura fundamentada en valores corporativos que de manera transversal alcancen todos los entes de la organización.

Dentro de las necesidades que dieron paso a la creación de este concepto, se pueden en numerar las siguientes:

1. La necesidad imperativa de recuperar la confianza en la empresa.
2. La necesidad que tienen los dueños de empresa de asegurar la toma de decisiones en el largo plazo
3. La conciencia que están tomando las empresas acerca de su importancia dentro de la sociedad
4. La necesidad que tiene la sociedad de hacer primar los intereses comunitarios sobre los intereses particulares.

La empresa en algún momento puede convertirse en una institución que le brinda a sus miembros una serie de elementos enriquecedores en sus vidas, sentido de pertenencia, valores compartidos, saber que hace parte de un equipo, reconocimiento, objetivos comunes, entre otros, por lo que la responsabilidad de la empresa debe ser abanderada y protegida bajo un ética empresarial definida.

En conclusión parcial, podemos decir que, la actividad empresarial es a la vez una actividad humana con una finalidad social, y por otro lado que la ética de empresa debe ir de la mano con la ética cívica donde el rol que juega el miembro de la empresa y el consumidor debe tener relaciones con parámetros establecidos.

4. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En primer lugar encontramos que según el ministerio de educación "La responsabilidad social empresarial (RSE) se define como los comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes"... "Corresponde a una estrategia de negocios enfocada a incrementar la rentabilidad, competitividad y la sostenibilidad, sirviendo como parte de un nuevo modelo de desarrollo sostenible. El concepto de RSE puede incorporar derechos humanos, medidas de anticorrupción, el medio ambiente, condiciones laborales y actividades dentro de comunidades por medio de alianzas con organizaciones de sociedad civil." Ministerio de Educación. *Responsabilidad social empresarial*. Recuperado el 5 de febrero del 2011, del sitio web del ministerio de educación: <http://www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/article-93439.htm>

Sin embargo nos detuvimos a entender cuál era el significado de la palabra responsabilidad como tal; Según el diccionario de la real academia española responsabilidad se entiende como la capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer las consecuencias de un hecho que realizó con libertad.

Esta palabra la podemos entender de dos maneras, la primera de ellas en referencia a "dar cuentas" de las acciones realizadas por la empresa, y por otra parte haciendo referencia de "dar respuestas" a las necesidades que su entorno demanda.

Es por lo anterior que es completamente claro que las empresas desempeña un rol en el entorno en el cual se desenvuelven, y así mismo están obligadas a brindar a la sociedad, información transparente y confiable en relación a sus prácticas y formas de gestionarse.

La responsabilidad social empresarial la podemos entender como el vínculo existente entre la empresa y la sociedad en base a principios éticos comprendidos en un marco legal.

Es una postura activa y responsable que debe tomar la empresa con el entorno en el cual se está desarrollando, para mitigar el impacto que tienen sus operaciones en el medio y así garantizar la sostenibilidad y crecimiento económico de la misma.

Es, según la cámara de comercio de Bogotá una “búsqueda permanente del mejoramiento social, empresarial, comunitario y del medio ambiente, a través del compromiso de sus colaboradores, la comunidad local y la sociedad en general, mediante labores enfocadas al mejoramiento de la calidad de vida”. Cámara de Comercio de Bogotá, *Informe de Responsabilidad Social de la CCB 2008*. Recuperado el 5 de febrero de 2011, del sitio web de la cámara de comercio de Bogotá: <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=95&conID=159>.

Sin embargo para hablar de responsabilidad social empresarial, debemos referirnos a conceptos como responsabilidad económica, social y medioambiental.

La responsabilidad económica se refiere a la generación de riqueza basada en valores y practicas éticas. Se entiende que como tarea fundamental las empresas desarrollan acciones que contribuyan a generar beneficios económicos y minimizar los costos de cualquier tipo, los cuales se ven representados en el desarrollo de la sociedad y la

empresa misma; ejemplificando estos beneficios podemos hacer referencia a la generación de empleo en la sociedad y obtención de utilidades para la empresa.

La responsabilidad social se refiere a la integración de la empresa con la sociedad, en la medida que esta da respuesta a las necesidades demandas por el entorno en el que se encuentra inserta; estas respuestas deben ser dadas desde los valores y modelos de comportamiento que la misma sociedad le indique.

La responsabilidad medioambiental se refiere al cuidado que debe tener la empresa con el entorno físico en el cual realiza sus operaciones, es esta responsabilidad clave para el desarrollo sostenible de la empresa, pues debe cuidar detenidamente sus recursos naturales para seguir desarrollando su operación.

Es indispensable que todas las empresas adopten esta postura que, como se mencionó anteriormente, debe ser activa y responsable dado que el mundo globalizado que hoy estamos viviendo y en el cual las empresas están participando, exige realizar este tipo de compromisos con la sociedad para seguir compitiendo en el mercado.

Sin embargo, más que crear un compromiso es entender que las empresas son instituciones que desarrollan actividades y toman decisiones como un ente complejo que no solo afecta su propio beneficio, sino que también tienen un impacto global; es decir si realizamos una analogía con el ser humano, inferimos que este es capaz de tomar sus propias decisiones libremente, a menos que este forzado por algún agente externo. Es así como las empresas deben tomar las decisiones libremente, teniendo presente las consecuencias sociales, económicas y medioambientales que traerá ser responsables socialmente.

Por otra parte las empresas pueden tener otras razones para tomar la decisión de desarrollar su operación socialmente responsable.

Todos los grupos de interés de la empresa deben ser tratados de la misma forma digna, es decir, se genera un mejor y más agradable ambiente laboral donde cada uno de los empleados, clientes, proveedores, propietarios, competidores y el entorno en general tenga el mismo trato y se sienta comprometido con la empresa; de esta manera todas las acciones estarían encaminadas a una misma meta.

Para la empresa es mejor trabajar en una sociedad en donde las personas cumplan las normas y se ayuden unas con las otras, es decir, trae más beneficios desarrollar labores en un entorno en el que haya cooperación en lugar y se respeten las normas básicas tanto de convivencia como de mercado.

Igualmente la empresa que realmente está involucrada con la sociedad en la que se encuentra inserta satisface mejor las expectativas y necesidades de su entorno, generando imagen de empresa comprometida, accesible para los demás, con la que se sienten identificados y con un alto sentido de pertenencia hacia la misma.

Así mismo con todos estos beneficios, todas las operaciones encaminadas a la misma meta, mejor ambiente laboral y compromiso de la sociedad, la empresa puede crear un factor innovador, pues todo esto le permite anticiparse al futuro y crear igualmente una postura proactiva frente a la dinámica del mercado.

Según el banco mundial La Responsabilidad Social Empresarial es: “Hacer negocios basados en principios ético y apegados a la ley. La empresa (no el empresario) tiene un rol ante la sociedad, ante el entorno en el cual opera.” Banco Mundial. *¿Qué es RSE?* Recuperado el 5 de febrero de 2011, en el sitio web del Banco Mundial: http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf

Igualmente definió la pirámide de responsabilidad social empresarial, en la cual se definen los criterios que se necesitan para poder diseñar políticas de responsabilidad social. Básicamente esta pirámide es una herramienta creada para ayudar a las empresas a definir las áreas de acción y priorizar las actividades en términos de responsabilidad social.



Figure 1 La Pirámide de RSE (Banco Mundial)

Ellos establecen que la ejecución de prácticas empresariales socialmente responsables genera un impacto positivo tanto interna como externamente para las empresas que las apliquen. Cada empresa puede orientar sus prácticas responsables hacia el interior de la

empresa o hacia afuera y en cada caso existen diferentes grupos hacia donde puede focalizar su acción.

Es por esto que diseña esta pirámide, como herramienta, y como modo para incentivar a que las empresas adopten estas acciones responsables de dos maneras.

La primera hace referencia al cumplimiento del marco legal dado que es necesario reconocer que la empresa no puede ser responsable socialmente si no está cumpliendo, con el régimen legal ya que ésta es la base de cualquier acción de RSE y el fundamento para el desarrollo en cada país; es decir desarrollando un impacto interno en la compañía.

El segundo hace referencia al desarrollo de la persona dentro de la empresa. Los trabajadores son necesarios para el éxito de cualquier compañía, y en la medida en que estén más capacitados, motivados, y con buenas condiciones laborales, la competitividad de la empresa será mayor logrando así maximizar la productividad de las empresas.

De esta manera, generan ventas competitivas en el mercado y así generando beneficios tanto para la compañía como para su entorno.

Es por todo lo anterior que podemos definir la responsabilidad social empresarial como el equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente; siendo este vital para el desarrollo de la

operación de cada una de las empresas que lo consigan y para brindar soluciones para la sociedad de hoy en día.

4.1. Características de la Responsabilidad social.

La principal característica de la responsabilidad social es la buena voluntad de las organizaciones en **considerar los impactos sociales y medioambientales en la toma de decisiones** para poner en marcha su operación; implicando los comportamientos éticos que contribuyen al desarrollo sostenible.

Otra característica de la responsabilidad social empresarial se refiere a la **formalidad** que se le da a las relaciones de la organización con sus grupos de interés, pues la compañía tiene el deber de identificar las expectativas de la sociedad, respetando sus intereses y cultura.

Igualmente la RSE, se caracteriza por **envolver a la organización en la sociedad** donde desarrolla sus actividades, pues sugiere que siendo la empresa parte de la sociedad puede entender y comprender mejor sus intereses, contribuyendo de esta manera a su desarrollo, y respondiendo a sus necesidades y las de generaciones futuras.

4.1.1. La Responsabilidad Social Empresarial y los Grupos de Interés

La responsabilidad social actualmente es vista como una oportunidad para fortalecer las relaciones y el compromiso que una organización debe tener con el ambiente, en ello, es importante los diferentes actores que hacen parte de la empresa: proveedores, clientes, clientes internos, socios y todos aquellos interesados en el buen desarrollo de la empresa. Los grupos de interés representan en la organización una parte vital para el funcionamiento de la organización, con los que aparte de hacer alianzas estratégicas, se

trazan compromisos en cuanto a derechos humanos, integridad, honestidad, colaboración y justicia.

Al unir, por un lado, la responsabilidad de la empresa, sustentada en su libertad a la hora de tomar sus decisiones de acción, y, por otro lado, el modelo de empresa plural, en el que aparecen diferentes grupos de interés o Stakeholders, surge el concepto de Responsabilidad Social de la Empresa.

Vemos como el trabajo en equipo, en doble vía, tanto con los proveedores como con los clientes, es una fundamental para el buen funcionamiento y éxito de las organizaciones. Las relaciones con los proveedores deben centrarse en 1- fortalecer la cadena de abastecimiento, buscando satisfacer las necesidades del cliente. Cada eslabón “produce” una parte del producto final, llámese transportar, producir, almacenar, embarcar, comprar, etc. Los eslabones también agregan “costos” a la cadena. La cadena están fuerte como su eslabón más débil, de su coordinación y eficiencia depende su supervivencia en el mercado. 2- Practica de pagos a proveedores, el acuerdo y cumplimiento de pagos genera confianza en los proveedores, de las misma manera como la empresa debe cumplirle a sus clientes internos debe hacerlo con sus clientes externos. 3- Transmitir los valores corporativos, y ser coherentes con ellos, el nivel de confianza y transparencia q proyecte la empresa con sus cliente es fundamental para su éxito. 4- Establecer relaciones gana- gana, a través de relaciones de confianza donde ambas partes, empresa y proveedores, salgan beneficiados apoyándose entre sí y hacer sinergia para entre los dos lograr más crecimiento, progreso, competitividad y valiosas experiencias.

En ello, también es fundamental el cliente interno, si bien es cierto que todas las estrategias se enfocan en el negocio, el cliente interno juega un papel fundamental en la empresa. Aunque es la dirección quien crea y establece las guías estratégicas, son los trabajadores y mandos intermedios quien las llevan a cabo, teniendo el suficiente poder para llevar al fracaso una buena estrategia por una mala ejecución. Lo que realmente se hace en la empresa tiene poco que ver con la estrategia diseñada por la alta dirección (que se centra más en seleccionar las oportunidades de negocio que son más interesantes). La implementación tiene que ver con la distribución de los recursos de la compañía, y estas decisiones las toman a un nivel muy pequeño cada uno de los gestores con una mínima capacidad ejecutiva, cada uno en su nivel, pero que en su conjunto influyen en el éxito de una empresa.

En ello, es fundamental establecer relaciones con los empleados, conocer sus objetivos, necesidades y establecer planes de beneficio, es aquí donde el área de Recursos Humanos juega un papel importante mediante la generación de planes que beneficios e incentivos, incluso de esparcimiento, con el fin de motivar y hacer que los empleados trabajen y se encaminen bajo el cumplimiento de metas de la organización.

De igual manera, el valorar los riesgos laborales, además de ser una obligación empresarial y una herramienta fundamental para la prevención de daños a la salud y la seguridad de los trabajadores, forma parte del ciclo de mejora continua que cualquier empresa tiene que aplicar en su gestión con el fin de disponer de un diagnóstico de la prevención de los riesgos laborales en una empresa determinada, ofreciendo seguridad para el empleado en el ambiente en el cual trabaja. De esta forma se vela por el bienestar de los empleados creando un clima organizacional apto para el cumplimiento

de objetivos tanto de la organización como de los empleados, integrándola para hacer de los esfuerzos enfocados hacia una sola meta.

Una parte vital para el buen desarrollo operacional de las empresas es la comunidad y el medioambiente, quienes se ven de una manera u otra, afectados positiva o negativamente con el funcionamiento de la empresa. Las empresas industriales en su mayoría tienen una responsabilidad fuerte en este tema, un ejemplo de ello es una organización cuyo negocio es la producir productos especializados para la construcción, sus materias primas son tomadas de la explotación minera que actualmente ha dejado sin recursos naturales a la comunidad contigua a la mina, en respuesta a ello esta organización se ha comprometido a reconstruir los alrededores de la mina y fortalecer a la comunidad con colegios y diferentes actividades como donaciones, entre otros, y por último, oportunidades laborales para las personas en capacidad de trabajar en dicho campo industrial.

La empresa expresa su responsabilidad social también a través del cuidado de su entorno físico. Esta cuestión se muestra como una necesidad imperiosa para la propia subsistencia de la empresa, definiendo parámetros para la identificación de aspectos ambientales en donde estos últimos son identificados para garantizar que el proceso de producción, distribución y uso de los productos sea de forma segura, generando seguridad y confianza tanto a los empleados de la organización como a los clientes que consumen y hacen uso los productos.

Adicionalmente, un tema fundamental es el impacto ambiental que tiene como propósito el control de los asuntos humanos de forma que sea posible un sistema de vida en

armonía con la naturaleza. La gestión de impacto ambiental pretende reducir al mínimo nuestras intrusionas en los diversos ecosistemas, elevar al máximo las posibilidades de supervivencia de todas las especies humana y velar por un equilibrio biológico; es aquí donde las empresas juegan un papel importante con el medio ambiente, independientemente del tipo de negocio que se maneje es un compromiso con nuestro planeta, más que una obligación el velar por el futuro del mismo.

Actualmente varias empresas como las petroleras han olvidado el compromiso con el planeta, el calentamiento global, los diferentes desastres naturales, entre otros han manifestado la necesidad de los seres humanos de cuidar nuestro planeta y realizar actividades de reciclaje, cuidado del agua y de la energía, y reutilización de materiales que no deben ser desechos al verle mayor cantidad de usos. Internamente en las organizaciones, el dejar los computadores encendidos al igual que la luz, y el gasto de papelería son unas de las situaciones diarias que se dan en las empresas.

El llegar a los clientes con esta nueva filosofía de cuidado del planeta, hoy en día es muy aplicada y de cierta forma se ha logrado fidelizar a los clientes y comprometerlos, creando conciencia a cuidar el medio ambiente.

De esta forma la prevención y control de la contaminación es ahora una realidad obligada, no solo para las organizaciones, personal de la compañía sino para cada ser humano, que tiene como objetivo reducir o eliminar la producción de contaminantes, cambiando compuestos químicos o utilizando procesos menos perjudiciales para el medio ambiente, el planeta y los seres humanos que habitamos en él.

El papel que cumple cada persona involucrada con la organización, proveedores, clientes, socios, comunidad, clientes internos y medio ambiente, juegan un papel importante en la responsabilidad social empresarial, de la articulación y engranaje de estos actores depende el éxito o fracaso de la organización.

4.2. Principios de la responsabilidad social corporativa.

Es de suma importancia, que antes de implementar la ISO 26000 en una compañía, esta debe tener en claro los principios fundamentales que la guía establece, para lograr dimensionar los esfuerzos que debe realizar para poder certificarse en ISO 26000.

El primer principio hace referencia a la **medición del impacto que sus operaciones tiene en la sociedad**, las compañías debe ser responsables de cada uno de los impactos tanto sociales, económicos como medioambientales que puede tener de manera negativa o positiva. Como lo explicamos anteriormente las organizaciones tienen responsabilidades económicas haciendo referencia a la generación de riqueza basada en valores y practicas éticas, responsabilidad social refiriéndose al impacto social que tiene su operación en la sociedad donde pone en marcha su razón de ser y la responsabilidad medioambiental haciendo referencia al cuidado de los recursos naturales con los que trabaja dado que son su recurso más importante.

El siguiente principio se denomina **transparencia**, pues las organizaciones deben ser transparentes en cada una de las decisiones y actividades que puedan tener impacto en la sociedad y el medioambiente, así como en la información que provee a sus Stakeholders. Las compañías pueden medir este principio siendo completamente honestos con el propósito y naturaleza de sus actividades así como en la manera en que las decisiones

tomadas van a ser ejecutadas e implementadas; sin embargo esta transparencia no solo debe ser con la sociedad en la que se encuentra inserta, sino también con sus propios empleados, pues cada uno de ellos debe tener claramente definido su rol, funciones y responsabilidades que desempeña en la empresa.

El tercero de los principios se refiere a los valores éticos en los que basan su operación; cada organización debe identificar sus valores y principios con los que va a direccionar la realización de sus actividades, para esto debe desarrollar y utilizar los lineamientos gubernamentales que contribuyen a la adopción de un comportamiento ético. Estos valores y principios deben ser aplicados desde las relaciones e interacciones que se tienen entre empleados, como con los Stakeholders.

Las empresas deben **respetar los intereses de sus Stakeholders**, dado que cada uno de ellos tiene diversos intereses que la organización debe identificar y medir el impacto que la relación que los une puede afectar de manera positiva o negativa en los mismos. En primer lugar para poder aplicar a este principio, cada organización debe identificar cuáles son los grupos que se ven afectados de una u otra manera por su operación, luego de esto identificar sus intereses y alinearlos con los intereses propios de la empresa, para que ambas partes se vean beneficiadas; creando así una relación sostenible y perdurable que contribuya al desarrollo sostenible de la sociedad.

El quinto de los principios que se establece, hace referencia a que cada organización debe tener un profundo **respeto por la ley**, y entender que es obligatorio su cumplimiento, es decir que las empresas se conforman con todas las leyes aplicables y sus regulaciones, así como tomar las medidas pertinentes para que cada uno de sus

empleados entiendan y sean consientes de dichas regulaciones y la importancia de su cumplimiento para la perdurabilidad de la compañía.

Las organizaciones deben **acatar las normas internacionales de comportamiento**, para así mantener sus operaciones, pues el no respeto por dichas normas, implicaría un incumplimiento de la ley, lo cual pondría en riesgo su operaciones y la certificación de ISO 26000. Todas las organizaciones deben conocer y sobretodo respetar cada una de las normas internacionales de comportamiento, para poder operar y ampliar sus actividades en el mundo entero, generando así no solo beneficios propios organizacionales si no también beneficios para los Stakeholders con los que trabaja de la mano.

Finalmente hacemos referencia al último principio el cual establece muy claramente que las organizaciones deben **respetar los derechos humanos**, siendo consientes de la importancia y universalidad de los mismos. Básicamente este es el principio más importante de todos, pues sin el respeto a los derechos humanos es inconcebible que una compañía sea socialmente responsable. Esto quiere decir que la definición de sus valores corporativos, misión y visión de la empresa debe estar basada en el acato y promoción de los derechos del hombre.

4.3 Temas claves

Las organizaciones así como incluyen en sus actividades los principios para implementar la responsabilidad social, también deben revisar las prácticas y temas principales de la RSE.

La ISO 26000 establece unos temas claves para la implementación de la misma, estos temas hacen referencia a:

4.4. Organización gubernamental.

Entendida como un sistema con el cual las organizaciones toman decisiones en la búsqueda de sus objetivos. Este sistema puede abarcar los 2 mecanismos formales basados en las estructuras definidas y mecanismos informales que surgen de la cultura y valores de la organización; se refiere a un marco de referencia para la toma de decisiones organizacionales, y este marco puede variar dependiendo del contexto medioambiental, político y económico en el que opera.

Es decir todas las organizaciones tienen un proceso de toma de decisiones para dar lugar a los proyectos de aplicación de principios y prácticas socialmente responsables, este proceso debe poder desarrollar las estrategias y objetivos que reflejen su compromiso de ser responsables socialmente, demostrar medir el impacto de su liderazgo y compromiso, crear un sistema económico e iniciativas no económicas relacionadas con el desempeño de la responsabilidad social, utilizar los recursos naturales, humanos y financieros efectivamente, promover las oportunidades para que no exista discriminación de género ni raza para que puedan ocupar cargos gerenciales dentro de la compañía, establecer un balance entre las necesidades de la organización y de los Stakeholders, incluyendo las necesidades inmediatas de la sociedad y las de futuras generaciones, y establecer la manera de comunicarse con los Stakeholders, para identificar las áreas de acuerdo y desacuerdo para resolver los posibles conflictos.

4.5. Derechos humanos.

Todos los países tienen el deber de proteger a las personas, y defenderlos de quienes abusan de ellos, igualmente pasa en las organizaciones, pues están deben basar sus actividades en los derechos humanos, proteger a cada uno de sus empleados y todas las personas involucradas de sus grupos de interés.

Todas las personas como miembros de una sociedad, tienen derechos sociales, económicos y culturales necesarios para defender su dignidad y desarrollo personal; para respetar estos derechos las organizaciones tienen la responsabilidad de tomar las acciones necesarias para prevenir y mitigar los impactos actuales y/o potenciales como resultado de sus actividades y de las relaciones con sus Stakeholders.

Los derechos humanos son inherentes dado que perteneces a todas las personas, ni el gobierno ni ningún otra personas puede quitarle los derechos humanos a otro individuo, estos derechos son universales, debido a que aplican para todas las personas sin discriminación de género, ni raza. Finalmente estos derechos son indivisibles, dado que ningún derecho puede ser ignorado por alguna organización privada o gubernamental.

Las organizaciones deben implementar mecanismos para la protección de estos derechos, los cuales deben ser transparentes e independientes de las estructuras gubernamentales, publicados y provistos adecuadamente, para que todas las personas puedan tener acceso a ellos y entenderlos, deben estar determinados en un marco de tiempo para cada una de las etapas del proceso, y claros en los posibles resultados que al final de todo el proceso de aplicación se puedan presentar. Todos deben tener acceso a

toda la información de la compañía y las actividades organizacionales deben concordar con los estándares internacionales de la declaración de los derechos humanitarios.

4.6. Prácticas de trabajo.

Las prácticas de trabajo en una organización abarcan todas las políticas y prácticas de trabajo realizado dentro o en nombre de la organización. Las empresas deben aceptar hombres o mujer para realizar cualquier trabajo, reconocer la importancia de los trabajadores como individuos y como miembros de una sociedad, deben proveer la información suficiente a todos los empleados y vecinos, para que en dado caso, puedan considerar la manera de mitigar los impactos adversos que afectan a la compañía y a la sociedad; igualmente las organizaciones deben asegurar las oportunidades equitativas de trabajo a todos los trabajadores, eliminando cualquier discriminación en sus prácticas.

Por otra parte es deber de las organizaciones proteger la información personal e cada empleado, y tomar acciones para asegurar que los trabajos contratados o subcontratados sean únicamente con compañías legítimamente constituidas y reconocidas; igualmente las empresas deben garantizar que en los contratos y su-contratos no haya ningún tipo de conflicto de interés y asegurar que excelentes condiciones de trabajo contribuyendo así al mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores, Stakeholders y el desarrollo social y económico del país donde desarrolla sus actividades.

4.7. Medioambiente.

Todas las actividades organizacionales tienen de una u otra manera un impacto en el medio ambiente. Los porcentajes de natalidad han aumentado en todo el mundo, y eso conlleva a un aumento de consumo, que ha sido adverso para la naturaleza.

La responsabilidad medioambiental es hoy una precondition para la sobrevivencia y prosperidad de la humanidad, es por esto que las organizaciones deben desarrollar principios medio ambientales.

Asumir los impactos que sus actividades, ya sean en zonas urbanas o rurales, puedan causar al medioambiente se denomina responsabilidad medioambiental. Cada una de las empresas deben tomar acciones preventivas, es decir, considerar los costos y beneficios que ser responsables con el medio ambiente tanto de en el corto como en el largo plazo.

Cada compañía debe implementar programas utilizando una base de riesgo y una perspectiva de sustentabilidad para determinar, omitir, reducir y mitigar los riesgos e impactos medioambientales que sus actividades pueden causar; igualmente las empresas deben llevar el costo de la contaminación causado por su operación, es por esto que deben esforzarse por cuantificar las ventajas económicas y ambientales de prevenir la contaminación. Las organizaciones deben decidir cooperar con otras para desarrollar instrumentos económicos como fondos contingentes para los incidentes medioambientales que se puedan presentar.

Toda organización debe tener actividades preventivas para mitigar el impacto medioambiental, es por esto que deben identificar cada fuente de contaminación,

implementación acciones preventivas para reducir el impacto que estas fuentes tiene en el medio ambiente.

4.8. Prácticas justas de operación.

Se refiere a las conductas éticas que tienen las organizaciones. Para ser responsables socialmente las empresas deben identificar el riesgo de corrupción e implementar políticas y prácticas en contra de la mismas, las compañías deben asegurar que las remuneraciones a los trabajadores sea la apropiada y establecer un medio en el cual todos sus Stakeholders puedan denunciar las prácticas injustas y no éticas.

Las compañías deben concientizar a todos sus empleados y a su representante legal para tratar conflictos de interés y ser transparentes en las relaciones políticas. Las empresas deben crear un sentido de pertenencia para promover actividades que contribuyan al desarrollo tanto de la empresa como de toda la sociedad, omitiendo las contribuciones políticas y actividades que se malinterpreten.

Las empresas deben direccionar todas sus actividades de tal manera que vallan de la mano con las regulaciones legales, promoviendo la importancia de la conformidad y colaboración con las normas legislativas. Por otra parte deben integrar criterios éticos, sociales y medioambientales que promuevan un trato justo y prácticas de los costos y beneficios de implementar prácticas socialmente responsables.

Finalmente las organizaciones deben implementar políticas y prácticas para promover el respeto por los derechos de propiedad y de conocimiento, pagando justas remuneraciones de los derechos adquiridos y utilizados.

4.9. Consumidor.

Las organizaciones que proveen productos y servicios a los consumidores tienen la responsabilidad de proporcionar la información precisa y verídica del contenido de sus productos, promoviendo así los consumos sostenibles de sus productos y servicios.

Los consumidores tienen derechos a tener productos no tóxicos que afecten su salud, a tener la información precisa para poder comparar con otros productos y realizar una decisión de compra, a opinar en el desarrollo de los productos y servicios que utiliza.

Por otra parte las empresas así como tienen el deber de respetar los derechos de los consumidores, deben también concientizar al consumidor del impacto ambiental, social y económico que su decisión de compra tienen, igualmente debe promover el consumo sostenible, para que las necesidades de consumo de futuras generaciones no se vea afectado.

4.10. Implicación y desarrollo de la comunidad.

La relación que la organización tiene con la comunidad donde desarrolla sus operaciones debe contribuir al desarrollo de la misma, las empresas deben considerarse parte de la comunidad, involucrarse y desarrollarse junto con ellas.

Todas las empresas deben igualmente, reconocer y respetar los miembros de la comunidad, y aceptar que ellos tienen el derecho de tomar decisiones para maximizar los recursos que su comunidad provee a la organización; adicionalmente debe respetar y adaptarse a las características culturales de la comunidad.

5. GUÍA ISO 26000

Dentro de los parámetros de la norma, establecidos en la *Norma ISO 26000: guía sobre responsabilidad social*, esta debe servir para lo siguiente:

- Ayudar a las organizaciones a abordar su Responsabilidad Social, a la vez que se respeten las diferencias culturales, sociales, ambientales y legales, y las condiciones de desarrollo económico;
- Proporcionar una guía práctica tendiente a hacer operativa la Responsabilidad Social, identificar y comprometer a los Stakeholders, y reforzar la credibilidad de los informes y reclamos realizados sobre Responsabilidad Social;
- Dar énfasis a los resultados de desempeño y a su mejora;
- Aumentar la confianza y satisfacción de los clientes y otros Stakeholders en las organizaciones;
- Ser consistente y no estar en conflicto con documentos existentes, tratados y convenciones internacionales y otras normas ISO;
- No estar destinada a reducir la autoridad de los gobiernos para abordar la Responsabilidad Social en las organizaciones;
- Promover una terminología común en el campo de la Responsabilidad Social; y -
aumentar el conocimiento y conciencia sobre Responsabilidad Social.

Por lo que se ve, la norma es fácilmente aplicable ya que no necesita gran cantidad de recursos para su funcionamiento, más que el interés, el conocimiento y el direccionamiento estratégico para conseguirla; esto último es de suma importancia a la hora de prorratear las prioridades de las empresas ya que siendo un poco pragmáticos, este punto podría convertirse en un valor agregado dentro de la planeación estratégica, punto que será abordado en líneas posteriores.

5.1. Metodología. Instituto Uruguayo de Normas Técnicas. *Norma ISO Guía sobre Responsabilidad Social – ISO 26000*. Recuperado el 15 de Febrero de 2011 del sitio web del Instituto Uruguayo de Normas Técnicas: www.unit.org.uy/misc/.../NT-009_N49-_Especificaciones_de_Dise_o.doc

A continuación se presentará la guía metodológica sugerida por el grupo de expertos, conformado por un experto que represente a cada grupo de interés, a saber estos son: Industria, Gobierno, Consumidores, Trabajadores, ONG`s, Academia (Investigación).

1. Introducción: La introducción debe entregar información o comentarios sobre el contenido de la Guía y las razones para promover su preparación. La introducción debe describir el propósito de la Guía en términos informativos. En este punto es importante que se haga especial énfasis en las razones que motivan a la compañía a comenzar con un proceso de esta naturaleza, logrando así “vender” de la manera más sana la convicción que se tiene sobre la aplicabilidad de la norma.

2. Objeto y Campo de aplicación: Esta sección debe definir el tema de la Guía, su cobertura y los límites de su aplicabilidad. Aunque muchas empresas tienen como

interés particular solamente uno o algunos de los Stakeholders es importante definir el target el cuál la empresa se centrará esto con el fin de tener los resultados deseados

3. Normas para consulta: Esta sección es para presentar una lista de documentos, si los hay, los cuales debieran leerse en conjunto con la Guía. Dentro de los documentos más comúnmente solicitados se encuentran los reglamentos internos de trabajo, los códigos laborales de los países y la normatividad suministrada por agencias internacionales como OIT, OMS, ONU, entre otras

4. Términos y Definiciones: Esta sección identificará los términos utilizados en la Guía que requieren de una definición, y entregará dicha definición. Es uno de los puntos más importantes dentro la guía, teniendo en cuenta la pluralidad que enmarca un país como el nuestro, donde cada región tiene un léxico propio y sin una homogenización en términos los significados pueden variar de una zona a la otra.

5. El contexto de la RS en el cual opera la organización: Esta sección proveerá del contexto histórico y actual para la RS. La sección también, dirigirá las cuestiones que surjan de la naturaleza del concepto de RS. Temas relevantes relacionados con los Stakeholders deben incluirse en esta sección. La idea es que se haga una breve reseña acerca del comportamiento del mercado, entendido como prácticas comunes; sumándole a ello la importancia que tiene para el lector entender la dinámica corporativa, en otras palabras, no es lo mismo afrontar un lio con la justicia siendo Carrefour, que siendo “la tienda de la esquina”

6. Principios de RS importantes para las organizaciones: Esta sección deberá identificar una serie de principios de la RS extraídos de distintas fuentes, y entregar

orientación sobre estos principios. Temas relevantes relacionados con los Stakeholders deben incluirse en esta sección. Como se ha mencionado en líneas anteriores, es menester para la compañía lograr comunicar los intereses empresariales a fin de entablar relaciones transparentes con los grupos de acción. Siendo uno de los más importantes la comunidad, ya que esta juega varios roles (Empleadora, Contribuyente, Cliente y Proveedora)

7. Orientaciones sobre los temas /materias centrales de la RS: Esta sección proveerá orientaciones separadas en una gama de temas/materias centrales y las relacionará con las organizaciones. Temas relevantes relacionados con los Stakeholders deben incluirse en esta sección.

8. Orientaciones para implementar la RS en organizaciones: Esta sección entregará una guía práctica sobre la implementación de la RS y la integración de ella en la organización, incluyendo, por ejemplo políticas, prácticas, enfoques, identificación de temas, evaluación de desempeño, reporte y comunicación. Temas relevantes relacionados con los Stakeholders deben incluirse en esta sección.

9. Anexos de la Guía: La Guía puede incluir anexos, si así se desea. Es importante conseguir darle peso al documento, lo cual se logra con decretos, leyes o normatividad asociada al tema, de esta manera no solamente se está quedando la compañía con lo que ellos creen su verdad sino adicionalmente se están soportando las ideas en hechos reales de la legislación.

Hecho esto, se ha logrado la mitad de la implementación, ya que como todas las guías, esta también tiene una parte teórica, que como lo dijo en algún momento el tutor de la

presente guía Juan Bernardo Gaitán, parafraseándolo: “La construcción de una guía se logra detrás del escritorio pero la implementación se logra por delante de él”

Adicionalmente, es necesario construir el estado actual de la RSE en su empresa, para ello se diseñó una herramienta que le puede guiar con ayuda de un experto a entender los puntos en los que debe tomar planes de acción para lograr cumplir los requerimientos de la norma.

La metodología usada fue la siguiente:

1. Se armó la herramienta en 5 capítulos de acuerdo a la división hecha por la norma, a saber estos son.
 - a. **Introducción:** Se hacen una serie de preguntas correspondientes a la información general de la organización.
 - b. **Principios de RSE:** Para cada una de los 7 principios se preguntan las cuales otorgan un puntaje, el cual será ponderado al final de la herramienta.
 - c. **Temas Relevantes:** Dentro de los 7 temas relevantes se le pregunta a la organización cómo se encuentran en el momento de diligenciar la herramienta
 - d. **Identificación de los grupos de interés:** En este capítulo se pretende encontrar los grupos de interés para los cuales la organización está encaminando sus esfuerzos.
 - e. **Identificación de los intereses de los grupos de interés:** Este es el último capítulo de la herramienta, y pretende, después de conocer los

grupos de interés entender cuáles son sus intereses con respecto a la gestión de la organización.

2. Para cada uno de los capítulos se construyeron diferentes preguntas, que se responden con SI, NO ó N/A en casos donde por diferentes causas la pregunta no puede ser contestada.

Las preguntas hechas en cada uno de los capítulos son:

5.1.1. Introducción

MEDICION DE RSE

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
Adelante en el tiempo
[Ir Menú Principal](#)

Razón Social _____

Nit _____

Actividad Económica _____

Domicilio _____

Departamento _____

Ciudad _____

Teléfono _____

Web _____

MISIÓN

VISION

Figure 2. Introducción Medicion de Responsabilidad Social Empresarial

5.1.2. Principios de RSE:

5.1.2.1 Rendición de cuentas: La ISO 26000 Propone a la organización a rendir cuentas por los impactos económicos, sociales y ambientales de su actuación, asumiendo la responsabilidad por sus impactos negativos y el compromiso de tomar las medidas pertinentes para repararlos y evitar repetirlos.

Las preguntas son:

Table 2. Hoja de Resultados Medición Responsabilidad Social Empresarial.

1	¿En su empresa hay un proceso de rendición de cuentas en temas de RSE?	
2	Tiene mediciones acerca del impacto de sus decisiones dentro de la compañía	
3	Tiene mediciones acerca del impacto de sus decisiones en la sociedad	
4	Tiene mediciones acerca del impacto de sus decisiones en el medio ambiente	
5	Cuando toma una decisión con un impacto negativo, tienen algún plan para evitar la repetición de este impacto	

5.1.2.2. Transparencia: La ISO 26000 propone a las organizaciones ser transparentes en todas las actividades que desarrolla y afectan a la sociedad y al medio ambiente. Suministrando toda la información que requieran las partes interesadas, en un lenguaje accesible e inteligible

Las preguntas son:

Table 3. *Transparencia*

1	La sociedad conoce el propósito, naturaleza y ubicación de su compañía	
2	Tienen manual de funcionamiento para todas y cada una de las personas que trabajan en la organización	
3	Tienen un sistema de evaluación interno, donde la organización evalúe su propio desempeño en cuanto a las actividades desarrolladas durante la implementación de la RS	
4	Generan y presentan informes ante las autoridades, acerca del procedencia de los recursos	
5	Tiene mecanismos de comunicación para que la comunidad conozca los procesos implementados a través de la RS	
6	Tienen sistemas de evaluación a los proveedores, donde se garanticen que todas sus actividades son transparentes	
7	Tienen sistemas de evaluación a los clientes, donde se garanticen que todas sus actividades son transparentes	

5.1.2.3. Comportamiento Ético: La ISO 26000 Propone a la organización regirse por criterios de honestidad, equidad e integridad, lo que significa que la empresa no debería perseguir únicamente el beneficio económico, sino también tratar de maximizar los impactos positivos en su entorno social y medioambiental adicionalmente minimizar los impactos negativos.

Las preguntas son:

Table 4. *Comportamiento ético.*

1	En el proceso de toma de decisiones de su organización tienen estructuras organizacionales que ayuden a promover un comportamiento ético.	
2	Tienen un código de conducta, donde se garantice que toda la organización esté teniendo un comportamiento ético	
3	Anima y promueve la retroalimentación por parte de sus clientes en cuanto a sus estándares de comportamiento ético	
4	Anima y promueve la retroalimentación por parte de sus proveedores en cuanto a sus estándares de comportamiento ético	
5	Anima y promueve la retroalimentación por parte de las instituciones gubernamentales en cuanto a sus estándares de comportamiento ético	
6	Anima y promueve la retroalimentación por parte de sus empleados en cuanto a sus estándares de comportamiento ético	
7	De acuerdo a la actividad propia de la organización, se asegura que los miembros de ésta no tengan conflictos de interés que puedan generar un comportamiento no ético	
8	Tiene una metodología para disminuir al máximo el riesgo que la organización incurra en un comportamiento no ético	
9	La organización es capaz de corregirse a sí misma, dado el caso de incurrir en un comportamiento no ético	

10	Dentro de su organización existe algún mecanismo para facilitar la denuncia de un comportamiento poco ético, sin temor a represalia	
11	El desarrollo de sus actividades asegura un impacto positivo en la cultura, integridad y valores , de su zona de influencia	
12	Adopta y aplica las normas internacionalmente reconocidas de conducta ética al manejar (llevar a cabo) un estudio con seres humanos	
13	Adopta y aplica de normas internacionalmente reconocidas de conducta ética para realizar investigación con Animales	

5.1.2.4. Respeto por las leyes: La ISO 26000 propone a la organización respetar y cumplir las leyes y regulaciones aplicables y, por tanto, debería tomar las medidas necesarias para estar a la vanguardia y cumplir la legislación vigente en materia de RSE.

Las preguntas son:

Table 5. Respeto por las leyes

1	Tienen en su organización un departamento legal o en su defecto un asesor	
2	Conoce usted el marco jurídico, bajo es cual se rige su organización	
3	Sabe usted que mecanismos punitivos tiene la legislación local donde opera la organización	
4	En su organización, se aseguran que los miembros conozcan la	

	legislación local acerca de las actividades propias	
6	Tienen mecanismos que auto-regulen la actividad propia de la naturaleza propia de la organización	
7	Tiene mecanismos que garanticen la correcta información acerca del sistema legal local	
8	Tiene alguna metodología para garantizar que todas las actividades de la compañía se están desempeñando bajo la correcta legislación local	
9	Cumple su organización con todos los requerimientos legales	

5.1.2.5. Respeto por los intereses de los grupos de interés: La ISO 26000 propone a la organización respetar y atender los intereses y requerimientos de las partes interesadas. Dado que existe un conjunto de actores o partes interesadas que, si bien no forman parte de la empresa, tienen unas necesidades y unos intereses legítimos que pueden verse afectados por las actividades de la empresa.

Las preguntas son:

Table 6. Respeto por los intereses de los grupos de interés.

1	Conoce qué es un grupo de interés	
2	Conoce sus grupos de interés	
3	Tiene clasificadas las características propias de sus grupos de interés	
4	La organización ha realizado actividades con el fin de conocer los intereses de sus grupos de interés	

5	La organización conoce y entiende los intereses de sus grupos de interés.	
6	La organización tiene la capacidad de responder a las solicitudes generadas por estos grupos de interés	
7	Entiende usted que los grupos de interés pueden alterar su actividad	
8	Entiende usted la relación que hay entre los grupos de interés y el resto de la sociedad	
9	Tiene un programa que garantice las necesidades actuales de sus grupos de interés sin comprometer las posibilidades de atender las necesidades futuras.	
10	Considera usted importante que los grupos de interés sean entendidos como una parte vital dentro de la organización	
11	Toma usted en cuenta los intereses de sus grupos de interés a la hora de tomar alguna decisión	
12	Tiene sistemas de información que le permitan entender las necesidades de sus grupos de interés	
13	Tiene en cuenta las decisiones que estos toman para usted cambiar su estrategia	

5.1.2.6. Respeto por la ley internacional: La ISO 26000 propone a la organización respetar la normativa internacional de comportamiento aun cuando la normativa nacional, a la que esté sujeta, no contemple las salvaguardas sociales y medioambientales, es por esto que debe revisar la naturaleza de sus relaciones y

actividades en esa jurisdicción y evitar ser cómplice de comportamientos que no sean compatibles con la normativa internacional de RSE.

Las preguntas son:

Table 7. *Respeto por los intereses de los grupos de interés.*

1	Conoce usted el marco jurídico internacional, bajo el cual se rige su organización	
2	Sabe usted que mecanismos punitivos tiene la legislación internacional.	
3	En su organización, se aseguran que los miembros conozcan la legislación internacional acerca de las actividades propias	
5	En caso de que la legislación local no promueva la seguridad necesaria en temas sociales y ambientales, la organización respeta las normas internacionales	
7	Tiene alguna metodología para garantizar que todas las actividades de la compañía se estén desempeñando bajo la correcta legislación internacional	
8	Se aseguran que todas las actividades estén enmarcadas en un ámbito jurídico internacional	

5.1.2.7. Respeto a los derechos humanos: Por último la guía menciona que la organización debe tener respeto por los principios de los derechos humanos, teniendo en cuenta que su alcance es universal y que son aplicables a todas las esferas de la

organización, países y culturas. Dentro del Marco de la RSE, la organización debe garantizar que estos se cumplan en la medida que aplique la ética en toda su actividad.

Las preguntas son:

Table 8. Respeto por los intereses de los grupos de interés.

1	Conoce usted la carta de declaración de los Derechos Humanos	
2	En su empresa respetan la carta de los Derechos Humanos	
3	En situaciones donde los derechos humanos nos están siendo protegidos su organización tienen mecanismos para protegerlos	
4	En situaciones donde la legislación local no pueda asegurar la protección de los derechos humanos, usted está en capacidad de asegurar que estos se respeten	

5.1.3. Temas Relevantes:

5.1.3.1. Gobierno Organizacional: El gobierno organizacional es el sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos. Para la ISO 26000 este es el pilar más importante, pues es a través de su toma de decisiones que una organización puede hacer posible un cambio hacia una conducta socialmente más responsable

Las preguntas son:

Table 9. Gobierno Organizacional.

1	Su organización está registrada en la superintendencia de sociedades	
2	Existe un cuerpo directivo en su compañía	
3	Existe un comité de auditoría	
4	Existe un comité de gobierno corporativo	
5	Existe un comité de nombramiento y remuneraciones	
6	Existen ejecutivos clave que no pertenezcan al cuerpo directivo	
7	Existe una política de remuneración económica relacionada con el desempeño de las actividades en materia de RSE	
8	Existe una política de remuneración no-económica relacionada con el desempeño de las actividades en materia de RSE	
9	Existe un proceso de toma de decisiones en la compañía	
10	Promueve igualdad de oportunidades para grupos sub-representados (como mujeres, y grupos raciales), para puestos de alto nivel en la organización	
11	Establece procesos de comunicación de doble vía, identificando áreas de acuerdo y desacuerdo y negociando para resolver probables conflictos	
12	Existe un balance de las necesidades de la organización y sus grupos de interés, incluyendo las necesidades inmediatas y las de las generaciones venideras	

13	Fomenta la participación efectiva de todos los empleados en las actividades de responsabilidad social de la organización	
	Las estructuras y procesos de decisión de la organización le permiten...	
14	Desarrollar estrategias y lograr objetivos que reflejan su compromiso con la responsabilidad social	
15	Crear un ambiente y promover una cultura en donde se practican los principios de la responsabilidad social	
16	Demstrar un liderazgo comprometido y responsable	

5.1.3.2. Derechos Humanos: La ISO 26000 propone a las organizaciones conocer la normativa internacional sobre derechos humanos, incluyendo la Declaración Universal de Derechos Humanos (DUDH), el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (PIDCP) y el Pacto Internacional sobre Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC). El compromiso con el respeto y la protección de los derechos humanos debe existir independientemente de la capacidad o disposición del Estado en el cual opera la organización para cumplir con sus propias obligaciones en materia de derechos humanos.

En este capítulo la norma hace diferenciación en materia de asuntos así:

Table 10. *Derechos Humanos.*

	Asunto # 1: Debida Diligencia	
--	--------------------------------------	--

1.1	Las políticas de su organización se rigen por el respeto de los Derechos Humanos	
1.2	En su organización existen medios para determinar si los Derechos Humanos se pueden ver afectados por las actividades organizacionales	
1.3	El proceso de toma de decisiones de su organización, involucra un medio para identificar los impactos negativos de sus acciones y mitigarlos	
Asunto # 2: Situaciones de Riesgo de los Derechos Humanos		
2.1	En su organización existe una política que garantice el respeto a la diversidad cultural	
2.2	En su organización existen actividades en donde se vean involucrados menores de edad	
2.3	En su organización existen actividades que involucren y/o afecten a grupos indígenas	
2.4	En su organización existe una política salarial que asegure dignas condiciones de vida	
2.5	En su organización se realizan actividades que afecten a la Naturaleza (Agua, Vegetación, atmósfera, etc.)	
Asunto # 3: Evitar la Complicidad		
3.1	Su organización provee bienes y/o servicios a entidades que no respeten los derechos humanos	
3.2	Su organización se informa sobre las condiciones sociales y	

	ambientales en que los bienes que compra son producidos	
3.3	Su organización tiene relaciones con entidades dedicadas a las actividades antisociales o que abusan contra los derechos humanos	
3.4	Su organización considera realizar declaraciones públicas de rechazo al abuso de los derechos humanos	
	Asunto # 4: Resolución de reclamaciones	
4.1	Los mecanismos de resolución de problemas de su organización garantizan la justa realización del proceso	
4.2	Los mecanismos de resolución de problemas de su organización son públicos y proveen la misma información a ambas partes y son accesibles a grupos con dificultades como: analfabetismo, distancia, lenguaje, falta de conocimiento	
4.3	Los mecanismos de resolución de problemas de su organización están contenidos en un marco de tiempo máximo de 2 meses	
4.4	Los mecanismos de resolución de problemas de su organización proveen medios para supervisar su realización y ejecución del resultado	
4.5	Los mecanismos de resolución de problemas de su organización están regidos por los estándares internacionales de los Derechos Humanos	
4.6	Los mecanismos de resolución de problemas de su organización están basados en la mediación y el dialogo	
	Asunto # 5: Discriminación y Grupos Vulnerables	

5.1	En su organización existe una política de NO discriminación en materia de: Igualdad de género, acceso a bienes o servicios y oportunidades laborales	
5.2	En su organización trabajan mujeres	
5.3	En su organización trabajan discapacitados	
5.4	Todas las personas que trabajan en su organización son mayores de edad	
5.5	Trabajan Indígenas trabajan en su organización	
5.6	En su organización trabajan personas de color	
	Asunto # 6: Derechos Políticos y Civiles	
6.1	En su organización existe una política que garantice el respeto a la libre expresión	
6.2	En su organización existe un política que garantice una audiencia justa antes de tomar medidas disciplinarias	
6.3	En su organización existe un política que garantice la libertad de asociación	
	Asunto # 7: Derechos Económicos, Sociales y Culturales	
7.1	Su organización provee acceso o en la medida de lo posible apoyo o facilidades para la educación	
7.2	Su organización se une con otras organizaciones y entidades gubernamentales para crear proyectos que garanticen el respeto por los derechos económicos de la comunidad	

7.3	Su organización se une con otras organizaciones y entidades gubernamentales para crear proyectos que garanticen el respeto por los derechos sociales de la comunidad	
7.4	Su organización se une con otras organizaciones y entidades gubernamentales para crear proyectos que garanticen el respeto por los derechos culturales de la comunidad	
7.5	Su organización adapta los bienes y/o servicios ofrecidos para la venta a los más pobres	
	Asunto # 8: Principios fundamentales y Derechos Laborales	
8.1	Existe la libertad para conformar un sindicato	
8.2	En su organización existe una política que garantice el NO trabajo forzado	
8.3	En su organización existe una política que garantice la NO discriminación de empleo	

5.1.3.3. Prácticas Laborales: Las prácticas laborales de una organización son todas aquellas prácticas y políticas que involucran a los trabajadores de la propia organización o a trabajadores subcontratados. Para la organización debe ser un eje fundamental desde el cual puede influir en el contexto social, por lo anterior la empresa debe maximizar su contribución a la sociedad a través de unas prácticas laborales adecuadas.

Así como en el punto anterior, acá también se hace una división de éste tema relevante en diferentes asuntos

Table 11. Prácticas laborales

	Asunto # 1: Empleados y Relaciones Laborales	
1.1	En su organización la labor realizada por hombre y mujeres es igualmente reconocida	
1.2	Sus empleados y proveedores son legalmente reconocidos	
1.3	Su organización sigue a las organizaciones dentro de su esfera de influencia seguir las prácticas de trabajo socialmente responsable	
	Asunto # 2: Condiciones de Trabajo y Protección Social	
2.1	Su organización paga salarios acorde con las necesidades de sus trabajadores y sus familiares	
2.2	En su organización existe una política que garantice el balance de vida trabajo	
2.3	En su organización existe una política que garantice el libre desarrollo de las tradiciones y costumbres nacionales	
2.4	En su organización existe una política que garantice el respeto por las responsabilidades familiares del trabajadores, operando en razonables horas de trabajo	
2.5	Su organización proporciona excelentes condiciones de trabajo a sus empleados	
	Asunto # 3: Dialogo Social	
3.1	Su organización reconoce la importancia del dialogo institucional	
3.2	Su organización provee información a las entidades gubernamentales,	

	para que intervengan en los impactos que los cambios organizacionales puedan causar	
3.3	En todos los lugares en donde su organización opera existen las mismas condiciones de trabajo y oportunidades de dialogo trabajador-supervisor	
	Asunto # 4: Seguridad y Salud en el Trabajo	
4.1	En su organización existe un departamento de salud ocupacional	
	Asunto # 5: Desarrollo y Entrenamiento	
5.1	A los nuevos trabajadores se les realiza una inducción a la compañía	
5.2	A los nuevos trabajadores se les realiza una inducción al cargo	
5.3	En su organización se realizan capacitaciones en temas relacionados con el rol funcional de los empleado	
5.4	En su organización se realizan capacitaciones de actualización en temas relacionados con el rol funcional de los empleado	

5.1.3.4. Medioambiente: La ISO 26000 propone a la organización adoptar un enfoque holístico para abordar el tema del medio ambiente que, además de reconocer la importancia de los factores económicos, sociales, de salubridad y ambientales que se derivan de sus acciones, tenga en cuenta la ineludible interrelación que existe entre ellos.

Las preguntas son:

Table 12. Medioambiente

	Asunto # 1: Uso Sostenible de los Recursos	
1.1	En su organización está identificado el uso de los recursos naturales	
1.2	En su organización existen mecanismos que garanticen el uso eficiente de los recursos naturales	
1.3	En su organización miden y reportan el uso excesivo de los recursos naturales	
	Asunto # 2: Adaptación al cambio climático	
2.1	En su organización existen mecanismos que minimice el uso del agua y la energía eléctrica	
2.2	En su organización existe una política de reciclaje	
2.3	En su organización alguno de los productos fabricados y/o bienes y servicios prestados tiene por finalidad la protección del medio ambiente	
	Asunto # 3: Protección del Medioambiente, Biodiversidad y Restauración del hábitat Natural	
3.1	En su organización existen proyectos dedicados a actividades de protección ambiental.	
3.2	En su organización existen proyectos dedicadas a actividades de protección ambiental en el ámbito de emisiones de aire	
3.3	En su organización existen proyectos dedicadas a activadas de	

	protección ambiental en el ámbito de aguas residuales	
3.4	En su organización existen proyectos dedicadas a actividades de protección ambiental en el ámbito de residuos	
3.5	En los gastos operacionales de su organización, están incluidos los gastos de protección ambiental	
3.6	En su organización existen equipos e instalaciones integradas en el proceso productivo que previenen la contaminación	
3.7	En su organización existen equipos e instalaciones independientes del proceso productivo que tratan la contaminación fuera del proceso productivo	

5.1.3.5. Practicas operativas justas: La ISO 26000 propone a la organización adoptar prácticas justas de operación como una herramienta para generar resultados socialmente favorables; entendiendo que estas hacen referencia a la necesidad de que la organización tenga un comportamiento ético en sus relaciones con otras organizaciones, así como con sus partes interesadas.

A saber las preguntas planteadas son:

Table 13. Prácticas operativas justas

	Asunto # 1: Anticorrupción	
1.1.	En su organización existen políticas de anticorrupción y anti soborno	
1.2	En su organización tienen reconocidos los focos de peligro donde se	

	pueden presentar prácticas corruptas	
1.3	Existe un sistema de entrenamiento a los empleados para evitar prácticas corruptas	
1.4	Existen Mecanismo para prevenir actividades corruptas en toda la cadena de la actividad organizacional	
1.5	Tiene alianzas con otras organizaciones para trabajar mancomunadamente en temas de anticorrupción	
	Asunto # 2: Participación política responsable	
2.1	Entrenan a los empleados en temas de negociación y actividades que involucren conflictos de interés	
2.2	Cuando en su organización hacen "Lobby", este se hace da manera responsable	
2.3	Existen políticas y guías para las personas que manejan las relaciones de la organización en materia de negociaciones	
2.4	Pagan incentivos a los decisores de la política local, para lograr que estos favorezcan los intereses de la organización	
	Asunto # 3: Competencia Justa	
3.1	Conoce las políticas de competencia que regulan su actividad	
3.2	Existen mecanismos para evitar ser parte de un comportamiento anti ético en materia de competencia	
3.3	Existen mecanismos para evitar prácticas como el "Dumping"	
3.4	Tiene conciencia del contexto en el que se mueve la organización y se asegura de no sacar ventajas de condiciones sociales como la	

	pobreza,	
	Asunto # 4: Promover Responsabilidad social en la cadena de valor	
4.1	Implementan proceso de responsabilidad social en otras organizaciones	
4.2	Tienen un mecanismo para asegurar que las organizaciones con las cuales se relaciona la suya, estén cumpliendo con los requisitos de la responsabilidad social	
4.3	Consideraría prestar apoyo a otras organizaciones compartiendo mejores prácticas (producción, mercadeo, recursos humanos, etc.)	
4.4	Tienen una política de compras justas, donde se garantice que el proveedor quede satisfecho con la venta	
4.5	Los precios de sus productos están dentro de los estándares del mercado.	
	Asunto # 5: Respeto por los derechos de autor	
5.1	Las investigaciones que se cursan en su organización tienen un título legal permitido en la política de propiedad	
5.2	La organizaciones participa en actividades que violen el derecho de autor, como piratería y/o falsificación	
5.3	Pagan por la adquisición ilegal de algún derecho de propiedad	
5.4	Conoce las políticas de derechos de propiedad	

5.1.3.6. Asuntos de los consumidores: La ISO 26000 propone a la organización asumir ciertas responsabilidades con sus consumidores, brindándoles educación e información veraz sobre las estrategias de marketing y contratación, fomentando el consumo responsable y sostenible, y elaborando bienes y prestando servicios que estén al alcance de todas las personas.

Las preguntas son:

Table 14. Asuntos de los consumidores

	Asunto # 1: Practicas Justas de Mercadeo y proactivas justas de contratación	
1.1.	Su organización se asegura que el consumidor cuente con toda la información necesaria para decidir si el producto o servicio satisface sus necesidades	
1.2	En las actividades propias de mercadeo y ventas, se aseguran que la información que tiene el cliente sea clara	
1.3	Revelan abiertamente los precios, impuestos, gastos de envío etc.; de todos sus productos y/o servicios	
1.4	Existen Mecanismo para prevenir actividades corruptas en toda la cadena de la actividad organizacional	
1.5	Cuando el cliente adquiere algún tipo de financiación con su organización se garantiza que éste tenga claro los intereses financieros	
1.6	Tienen mecanismos de recepción de quejas y de solución de	

	problemas	
1.7	Usan imágenes, videos o audios que puedan atacar rasgos culturales, como: Genero, Religión, Raza	
1.8	Los comerciales tienen un lenguaje claro y comprensible	
	Asunto # 2: Protección de los clientes: "Salud y Seguridad"	
2.1	Su organización ofrece productos y servicios seguros y saludables	
2.2	Sus productos tienen en cuenta los riesgos para ciertos grupos de la población (niños, mujeres en embarazo, adultos etc.)	
2.3	En relación con sus productos, estos presentan toda la información necesaria para el correcto funcionamiento	
2.4	En el desarrollo de sus productos, manejan sustancias que pueden dañar la salud humana. De ser así se aseguran que estos no vayan a afectar al cliente	
2.5	En sus productos usan símbolos para demostrar que el producto puede perjudicial para la salud	
	Asunto # 3: Consumo sostenible	
3.1	Su organización promueve patrones de consumo que sean acordes con el desarrollo sostenible	
3.2	En la producción de sus productos se asegura que los efectos negativos en el medio ambiente sean disminuidos en su totalidad	
3.3	Los empaques de sus productos son fáciles de manipular y aseguran que no vayan a afectar el medio ambiente	
3.4	los productos ofrecidos por su organización tienen la mejor calidad	

	posible a un precio razonable	
3.5	Sus productos incluyen servicios adicionales,	
3.6	Estos son ofrecidos abiertamente al consumidor	
	Asunto # 4: Servicio al cliente, soporte y resolución de quejas.	
4.1	Se asegura que en el proceso de venta usted evite los reclamos de los clientes	
4.2	En caso de insatisfacción argumentada, usted acepta devoluciones de sus productos	
4.3	Revisan las quejas para evitar que se vuelvan a presentar en el futuro	
4.4	Sus productos incluyen garantía	
4.5	Presenta información clara de los lugares donde sus clientes pueden acceder al servicio Post-Venta	
4.6	Ofrece mantenimiento y reparación adecuada de los productos que vende	
	Asunto # 4: Servicio al cliente, soporte y resolución de quejas.	
4.1	Se asegura que en el proceso de venta usted evite los reclamos de los clientes	
4.2	En caso de insatisfacción argumentada, usted acepta devoluciones de sus productos	
4.3	Revisan las quejas para evitar que se vuelvan a presentar en el futuro	
4.4	Sus productos incluyen garantía	
4.5	Presenta información clara de los lugares donde sus clientes pueden	

	acceder al servicio Post-Venta	
4.6	Ofrece mantenimiento y reparación adecuada de los productos que vende	
	Asunto # 5: Protección y privacidad de los datos de los consumidores	
5.1	Usted obtiene la información necesaria de sus clientes para asegurar un excelente servicio post-venta	
5.2	Se abstienen de usar la información obtenida a través de reclamos para ejercer actividades de mercadeo	
5.3	Solo obtienen la información que se permitida	
5.4	Le informan a los clientes el destino y uso de la información obtenida	
5.5	Tienen sistemas para cuidar la información de los clientes	
	Asunto # 6: Acceso a los servicios esenciales	
6.1	Proveen servicios de mantenimiento y reparación de sus productos	
6.2	Proveen información clara acerca de los sobre costos en los que se deben incurrir en caso de ser necesaria una reparación	
6.3	Extienden el servicio post-venta a todos los grupos sociales, sin discriminación de raza, política y religión	
6.4	Mantienen actualizados los sistemas de servicios adicionales	
	Asunto # 7: Educación y Conciencia	
7.1	En sus productos incluyen información acerca de los peligros que pueden generar	
7.2	Ofrecen información de organizaciones de protección a los	

	consumidores	
7.3	En las etiquetas se ofrece información de: Instrucciones, manuales de uso y peligros	
7.4	En las etiquetas se ofrece información de: Peso, medida, precio, ingredientes, condiciones crediticias etc.	
7.5	En las etiquetas se ofrece información de: Cuidado medioambiental, reciclaje	
7.6	Le enseña a sus consumidores la manera de desechar los productos	

5.1.3.6. Participación Activa y desarrollo de la comunidad: La ISO 26000 propone a la organización desarrollar políticas y procesos que contribuyan al desarrollo político, económico y social de las comunidades que estén dentro de su esfera de influencia.

Table 15. Participación Activa y desarrollo de la comunidad

	Asunto # 1: Participación en la comunidad	
1.1.	Su organización apoya a instituciones o grupos de interés en la resolución de problemas	
1.2	Apoyan programas de asociatividad de minorías sociales	
1.3	Mantiene relaciones transparentes con el gobierno local	
1.4	Promueve el voluntariado para el servicio de la comunidad	
1.5	Contribuye a la formulación de políticas que favorezcan los intereses de la comunidad	

	Asunto # 2: Educación y cultura	
2.1	Promueve la educación en todos los niveles	
2.2	Promueve las oportunidades de aprendizaje de los grupos discriminados	
2.3	Promueve la vinculación de los menores al sistema educativo	
2.4	Ayuda a conservar la cultura hereditaria propia de su región	
2.5	Promueve eventos culturales	
	Asunto # 3: Generación de empleo y desarrollo de actividades	
3.1	Considera el impacto que trae la tecnología en empleo	
3.2	Considera el impacto de la tercerización del empleo	
3.3	Existen políticas de generación de empleo	
3.4	Conoce los programas de generación de empleo dispuestos por el gobierno local	
3.5	Presta especial atención a los grupos vulnerables en materia de otorgar empleos	
	Asunto # 4: Desarrollo de tecnologías y acceso	
4.1	Considera beneficioso la integración de nuevas tecnologías, que contribuyan a la resolución de problemas sociales y ambientales	
4.2	Considera que es importante la vinculación del conocimiento tradicional con las nuevas tecnologías	
4.3	Tienen programas de desarrollo tecnológico	
4.4	Tienen practicas donde se vincule directamente el desarrollo de nuevas tecnologías	

	Asunto # 5: Generación de riqueza e ingresos	
5.1	En el desarrollo de su actividad económica, considera los impactos que ésta tiene sobre la sociedad	
5.2	Prefiere usted los proveedores locales sobre los extranjeros	
5.3	Le otorga beneficios a los proveedores locales	
5.4	Hace contribuciones extra legales a grupos vulnerables	
5.5	Tiene programas para mejorar la calidad de vida de la sociedad	
5.6	Los pagos de impuestos los hace de acuerdo a su nivel de ingresos	
5.7	Promueve el desarrollo de nuevas organización	
	Asunto # 6: Salud	
6.1	Se asegura que todos sus empleados estén afiliados al sistema de salud	
6.2	Tiene un departamento de salud ocupacional	
6.3	Tienen un sistema para eliminar los riesgos propios de la actividad	
6.4	Tiene programas que favorezcan el acceso a vacunas, medicinas y consultas	
6.5	Tiene un programa para que sus empleados tengan la posibilidad de prevenir enfermedades	
6.6	Tiene un programa para prevenir enfermedades mortales como VIH/SIDA, Cáncer, Malaria o enfermedades cardiacas	
6.7	Cuenta con fuentes de agua potable	
	Asunto # 7: Inversión social	
7.1	Promueven planes de inversión social	

7.2	Participa de alguna organización filantrópica	
7.3	Genera sinergias con otras organizaciones para invertir en la sociedad	
7.4	Tiene programas de inversión que favorezcan el acceso a los recursos básicos	
7.5	Tiene un programa para que sus empleados tengan la posibilidad de prevenir enfermedades	

5.1.4. Identificación de los grupos de interés:

La ISO 26000 propone a la organización identificar sus grupos de interés, entendiéndolos como individuos y/o organizaciones que tienen uno o más intereses en cualquier decisión y actividad de su organización. La herramienta está construida para que vaya contestando una serie de preguntas así:

1. Responda las siguientes preguntas:

Table 16. Identificación de los grupos de interés

1.1	Ante quien tiene su organización obligaciones legales?	
1.2	Ante quien tiene su organización obligaciones sociales?	
1.3	Ante quien tiene su organización obligaciones comerciales?	
1.4	Ante quien tiene su organización obligaciones laborales?	
1.5	Que grupos de interés se ven afectados positivamente por la toma de decisiones de su organización?	

1.6	Que grupos de interés se ven afectados negativamente por la toma de decisiones de su organización?	
1.7	Quiénes han manifestado o manifiestan inquietudes sobre las actividades y decisiones de su organización?	
1.8	Quién podría manifestar en el futuro inquietudes similares sobre las actividades y decisiones de su organización?	
1.9	Quién puede ayudar a su organización a llevar a cabo su misión?	
1.10	Quién podría obstaculizar el logro de la misión y las responsabilidades de su organización?	
1.11	Quien podría estar en desventaja por no hacer parte en las decisiones y actividades de su organización?	
1.12	Cuáles son los grupos internos que se ven afectados por los procesos de su organización?	
1.13	Cuáles son los compromisos que su organización debe establecer con estos grupos de interés?	

2. Luego de responder las preguntas del primer punto, por favor organice sus grupos de interés
3. Establezca las principales características de los grupos de interés de su organización y organícelas.
4. Organice las razones por la cual estos grupos de interés afectan en la toma de decisiones de su organización

5. De acuerdo a lo anterior, responda las siguientes preguntas:

Table 17. Identificación de los grupos de interés

3.1	Cuales es su grupo y/o grupos de interés con alto poder de afectación en la toma de decisiones de su organización?	
3.2	Cuales es su grupo y/o grupos de interés con bajo poder de afectación en la toma de decisiones de su organización?	
3.3	Cuales es su grupo y/o grupos de interés con menor poder medio de afectación en la toma de decisiones de su organización?	
3.4	Cuales es su grupo y/o grupos de interés con más interés en la toma de decisiones de su organización?	
3.5	Cuales es subgrupo y/o grupos de interés con menos interés en la toma de decisiones de su organización?	
3.6	Cuales es su grupo y/o grupos de interés con indiferente en la toma de decisiones de su organización?	

6. Clasifique los grupos de interés de 1 a 5, siendo 5 el más importante y 1 el menos importante

7. Los resultados aparecerán en un plano cartesiano así:

GRUPOS DE INTERES

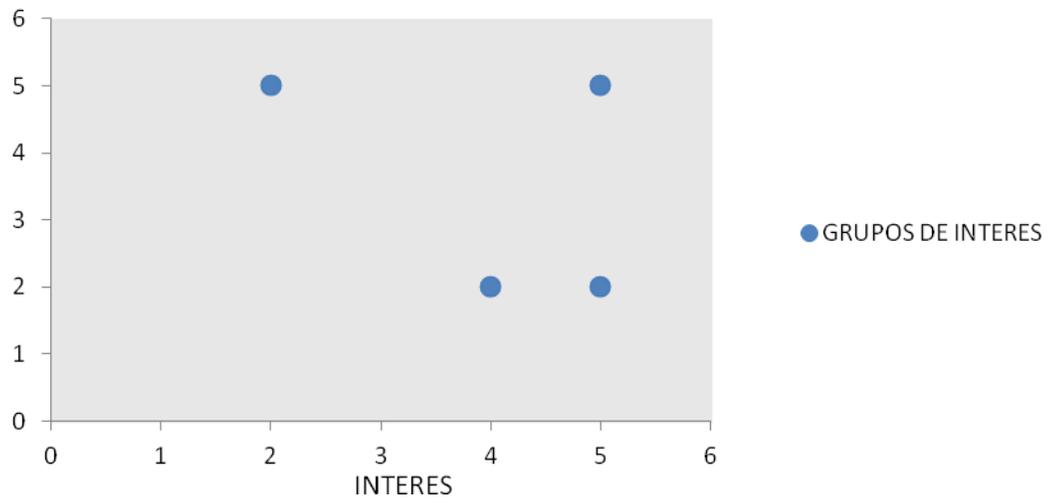


Figure 3. Clasificación Grupos de Interés.

5.1.5. Intereses de los grupos de interés:

La ISO 26000 propone a la organización identificar sus grupos de interés, entendiéndolos como individuos y/o organizaciones que tienen uno o más intereses en cualquier decisión y actividad de su organización.

Lo que debe hacer en este punto es llenar los espacios de acuerdo a las siguientes preguntas:

- 1.Cuál cree usted que son los beneficios que obtienen sus grupos de interés, al tener relaciones con su organización:

Table 18. *Identificación de los grupos de interés*

Grupo de interés 1	Beneficios Políticas
	Beneficios Económicas
	Beneficios Sociales
Grupo de interés 2	Beneficios Políticas
	Beneficios Económicas
	Beneficios Sociales
Grupo de interés 3	Beneficios Políticas
	Beneficios Económicas
	Beneficios Sociales
Grupo de interés 4	Beneficios Políticas
	Beneficios Económicas
	Beneficios Sociales
Grupo de interés 5	Beneficios Políticas
	Beneficios Económicas
	Beneficios Sociales

2. De los beneficios identificados por favor defina cuales son los compromisos que su organización debe establecer con cada grupo de interés para mantener sus relaciones:

Table 19. *Compromisos con los grupos de interés*

Grupo de interés 1	Beneficios Políticas	Compromisos
	Beneficios Económicas	
	Beneficios Sociales	
Grupo de interés 2	Beneficios Políticas	Compromisos
	Beneficios Económicas	
	Beneficios Sociales	
Grupo de interés 3	Beneficios Políticas	Compromisos
	Beneficios Económicas	
	Beneficios Sociales	
Grupo de interés 4	Beneficios Políticas	Compromisos
	Beneficios Económicas	
	Beneficios Sociales	
Grupo de interés 5	Beneficios Políticas	Compromisos
	Beneficios Económicas	
	Beneficios Sociales	

Uno de los puntos importantes y que no se ha tocado en el presente documento tiene que ver con los alcances de la norma, para ello se construyeron líneas que serán tratadas a continuación.

5.1.6. Análisis hoja de resultados:

La hoja de resultados dentro de la herramienta está dividida en dos partes, las cuales deben ser entendidas como incluyentes, teniendo en cuenta que tanto los temas relevantes como los principios tienen que ir hatadas a la gestión de la organización. En la figura 4, se puede evidenciar el diseño de la misma.

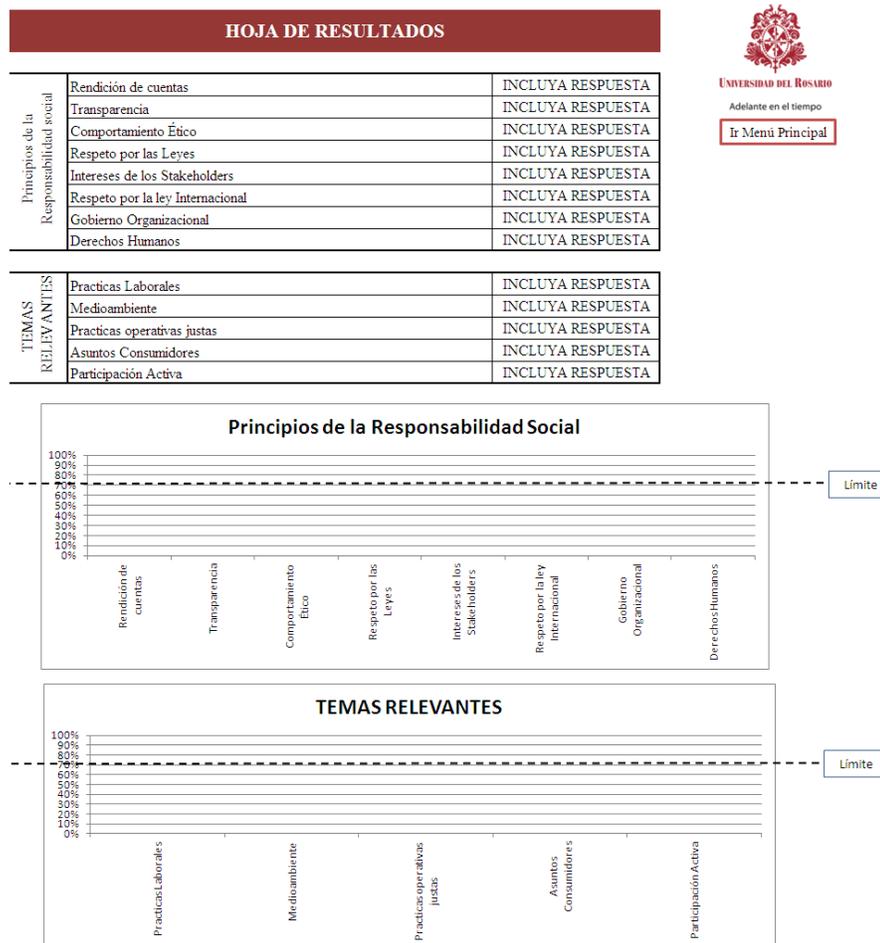


Figure 4. Hoja de Resultados Medición Responsabilidad Social Empresarial.

La metodología para entender ésta hoja de resultados es la siguiente:

1. Los puntajes serán arrastrados automáticamente según el puntaje obtenido en cada una de las preguntas contestadas en los pasos anteriores.
2. Se toma como línea de base 70% teniendo en cuenta que los puntajes que se encuentren sobre este valor serán aceptados de manera parcial, hasta que no se logre completar el 100%
3. Haciendo una analogía con las notas que un estudiante puede obtener en la universidad (de 1 a 5) 70% quiere decir una calificación de 3.5 sobre 5, lo que es apenas aceptable para “aprobar la materia”, en este caso esta calificación es apenas aceptable para que la organización “apruebe el tema estudiado”
4. La tabla arrojará un semáforo, el cual indica que los valores en rojo se encuentran por debajo del 70% excluyendo este valor, el color amarillo indica que el puntaje es apenas aceptable y el color verde hace notar que en ese punto es estudio la calificación es superior.
5. La grafica revelará los puntos débiles en los que la organización debe mejorar para alcanzar la certificación en RSE según la norma ISO 26000.

Al finalizar de la respuesta de la herramienta, usted debe enfocarse en mejorar los puntos en los que la grafica demuestre un comportamiento inferior al 70%, logrando que en un periodo de tiempo establecido sus planes acción se cumplan para superar esta barrera y alcanzar un puntaje del 100%

5.2. ¿ISO 26000 puede ser una ventaja competitiva?

Si, el marco de posibilidades que se le presentan a las compañías que vinculan dentro de su agenda la norma ISO 26000, es variado, ya que va desde el reconocimiento gubernamental medido en reducción de impuestos, y cargas tributarias hasta el reconocimiento de las sociedad civil, es importante esto último ya que marca un parámetro que hasta ahora no se había venido manejando, la importancia que tiene la empresa dentro del ámbito social.

Suponiendo que una empresa es reconocida como cumplidora de la guías internacionales tiene una ventaja frente a una compañía que no lo sea, viéndolo desde el lado del cliente, ya que el comportamiento del consumidor se verá sesgado hacia aquella compañía que está “haciendo algo más” por el bien de la sociedad, sin importar que esto sea un mero sofisma para disminuir cargas tributarias.

Es importante que los directivos de las compañías en especial aquellas de capital nacional, se empoderen y comiencen con procesos serios y sustentados para lograr que sus empresas estén de acuerdo con la normatividad internacional, y así lograr un punto adicional y diferenciado de las compañías internacionales.

5.3. ¿Por qué debo acatar la ISO 26000?

A pesar que no existe certificación para esta norma, lo que la podría hacer obsoleta en la medida que no restringe el funcionamiento normal de las compañías es importante devolvernos al sentido altruista que debe estar intrínseco en las empresas, por lo que la convierte en la manera de retribuir a la sociedad de manera efectiva aquellos factores de

producción que de alguna manera la sociedad nos está dando, a saber Tierra, Capital y Trabajo siendo este último el más importante.

5.4. ¿Me castigan sino cumplo con la ISO 26000?

Uno de los puntos en contra para la aplicación de esta norma es precisamente éste, ya que la legislación Colombiana no tiene mecanismos punibles que puedan de alguna manera persuadir a las empresas en acatar esta normatividad, claro está que aunque la fuerza estatal no es fehaciente si lo es el voz a voz que corre entre la gente cuando se enteran de sucesos que no corresponden de manera ética al deber ser de las empresas. En conclusión el hecho que una persona le cuente a otra que la x compañía está siendo investigada por cualquier hecho que va en contra de la ética empresarial puede hacer que estas dos personas se abstengan de consumir los productos ofrecidos por esta empresa X y peor aún este suceso se puede proliferar como las denominadas bolas de nieve. Adicionalmente en este punto cabe resaltar que la organización ISO en su primera reunión realizada en 2004 acotó lo siguiente:

“El trabajo pretende agregar valor, y no reemplazar los acuerdos intergubernamentales existentes que tienen relevancia para la Responsabilidad Social, como son la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, y aquellas adoptadas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT). La norma debe ser aplicable para organizaciones de todos los tamaños, en países en cualquier etapa de desarrollo.”¹

OFICINA REGIONAL DE LA FAO; Recuperado el 15 de Febrero de 2011
<http://www.rlc.fao.org/iniciativa/pdf/iso26000.pdf>

Con esto se reafirma el hecho que esta norma no tiene carácter coercitivo sino por el contrario se convierte en una guía que posibilita un desarrollo altruista de la empresa, sin importar el segmento de mercado donde esta opere.

5.5. Ética y comunicación

La comunicación hoy en día es una herramienta fundamental en todo proceso administrativo, que va ligado íntimamente con la ética empresarial, para ello es necesaria la existencia de tres elementos esenciales, el que da el mensaje, el receptor y el mensaje en sí. Es claro que en una firma comprometida y unida tendrá un mejor desempeño si se infunde un buen sentido de la comunicación y existe un clima organizacional apto para que los empleados puedan cumplir con sus objetivos laborales a cabalidad, por ellos se debe dar un manejo adecuado de la comunicación que permita integrar a los miembros de esta y proyectar exterior de una empresa, lo que repercutirá positivamente en todo sentido para la organización, especialmente en su aspecto económico, ya que el buen fluir de los mensajes es una inversión para el éxito de una compañía.

El caso Enron es un ejemplo claro del manejo de la información en una empresa, mientras los directivos sacaban todo el dinero que podían de las últimas ganancias de la compañía, pedía a gritos que sus empleados invirtieran sus ahorros en las acciones ya devaluadas. Es importante notar que las acciones realizadas por estos descartan todo tipo de credibilidad y que utilizaron su buen nombre para poder enriquecerse y recoger lo suficiente para vivir un tiempo después de la quiebra.

En cuanto a la comunicación empresarial, la ética empresarial juega un papel importante en este, es por ello que la labor de empresa y proyección de la Bits American Tabaco, la cual maneja un paralelo entre la comercialización de un producto nocivo para la salud y una empresa sólida que tiene ideales éticos estructurados, como lo son el manejo del “el tabaco es nocivo para la salud”, es importante analizar qué tan contradictorio va este paralelo entre sí, pero que buen manejo de producto que le da como resultado el manejo del 41,5% de mercado tabacalero en el mundo.

En la publicidad varias empresas pautan con el fin de llegar a tener rentabilidad con la venta de un producto de mala calidad pero que dice hacer maravillas, un ejemplo de esto es gran cantidad de cremas adelgazantes y rutinas de ejercicios.

La ética y la comunicación aunque van de la mano, ahora no se integran en su totalidad, es por ello que es más importante el lucro, llegara vender más que la competencia a costa de dejar una imagen de mentiras que no capta el objetivo ya analizado por la empresa, que tergiversa con consecuencias graves como la mala divulgación y la falta de ética comercial e institucional.

5.6. Ética y empresa (Dimensiones éticas)

La ética es un tema central tanto en la vida laboral como en la personal de cada ser humano, además de sus implicaciones en las diferentes expresiones de relaciones inter e intrapersonales. De esta forma comenzaremos remontándonos en el significado de ética y los diferentes conceptos que se relacionan a ésta hablando de sus dimensiones.

Para poder iniciar es necesario tener un concepto común de ética, según la Real Academia Española, la ética es una parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre. La clave para enlazar las relaciones humanas a la ética es la coherencia con lo que se hace y se piensa, estas acciones e basan en la libertad, según Leonardo Polo la relación entre ética y libertad se da en el actuar de una forma ética si se quiere y si no se quiere. (Barbosa, 2008)

Esta libertad integra el deber de la acción responsable que a su vez involucra tres dimensiones de la ética: bienes, normas y de virtudes. Según Polo la ética de Bienes hace referencia a los bienes que se pueden adquirir con dinero, los cuales para muchas personas no son la razón de satisfacción para llegar a su total felicidad porque es más importante tener cosas que no son materiales que cubren todas sus necesidades para ser feliz. La ética de Normas son todos aquellos parámetros, reglas o pautas con los cuales cada ser humano rige su accionar con el fin de alcanzar su felicidad, y por último, la ética de las Virtudes son todas las cualidades personales que son habituales en el quehacer humano bajo las cuales se construye la ética de normas. Según lo anterior estas dimensiones son la base del equilibrio para cada persona con el fin de construir realidades éticas por medio su acción.

(Cragg, 1997), quien a su juicio las dimensiones en su orden se definían como Ética del Mirar, Ética del Hacer (quiénes somos) y Ética del Ser (qué hacemos), los cuales se presentan en un mundo cada vez más complejo que según la forma de ver, entenderlo y a nuestra formación se toman decisiones en su hacer. El planteamiento de Cragg va un

poco más a la realidad que queremos tocar con los diferentes dilemas a los cuales se tiene que enfrentar un directivo tanto de DEP como el DAE

El comportamiento de las personas en dichos casos se puede ver reflejado en las dimensiones propuestas tanto por Polo como por Cragg. El accionar y ver los resultados (óptimos como preferencia) es lo más importante. Por ello hay que darle importancia no solo a las reglas y códigos (ética de normas) también hay que darle importancia a las consecuencias e implicaciones de dichas reglas (ética del hacer) Los valores y principios de cada persona también cumplen un papel muy importante (ética del ser) a la hora de tomar partido de estas acciones, por último cada herramienta con la que contamos como el conocimiento y los mismo principios y valores se ven reflejados en la forma de actuar (ética de bienes) y pueden tener un mejor uso al tener una amplia perspectiva pues de esta forma se puede tener un mejor alcance en la comprensión de situaciones y una mayor capacidad de respuesta (ética del mirar)

Los directivos tanto de empresa estatal como de empresa privada tienen diferencias en su actuar ya sea por políticas y normas bajo las cuales se rigen y tienen tanto similitudes como diferencias. El entorno en el que trabaja un DAE y un DEP tiene sus similitudes en cuanto al manejo de recursos ya que estos son limitados y en muchos de los casos los recursos que maneja el DEP son superiores a los recursos que gestiona el DEA, cabe resaltar que este manejo de recursos y bienes que cada uno de estos directivos tiene deben ser administrados eficiente por cada uno de ellos. En cuanto a sus responsabilidades, tanto el DEP como el DAE impactan en sus acciones a la comunidad y tiene como deber responder públicamente frente a estos. A su vez deben actuar como

líderes ya que deben dirigir grupos sociales sobre los cuales impactan sus decisiones a la satisfacción de necesidades tanto de la comunidad como de la compañía.

Otro pilar fundamental de análisis es la gestión que debe desempeñar tanto el DAE como el DEP, ya que su entorno se encuentra directamente relacionado con el interior y exterior de la organización, de esta forma debe tener en cuenta que existen diferentes variables difícilmente controlables ya que no dependen de la organización ni del director propio hablando como persona natural, es por ello importante retroalimentarse permanentemente con relación a la actuación anterior, conocer el entorno externo de la empresa y de esta forma garantizar la rapidez de respuesta a cada decisión por tomar y su efectividad.

El trabajo de cada directivo depende a su vez del resultado del trabajo de varias personas que se encuentran a su cargo, personas con las cuales deben crear relaciones recíprocas fundamentadas en el reconocimiento del trabajador y manejo de este para que se pueda alcanzar los resultados que tanto la organización como los mismo trabajadores desean alcanzar.

Las diferencias que existen entre el DAE y el DEP radican en el ordenamiento jurídico y su gestión. El ordenamiento jurídico para el DAE es rígido y solo puede dirigir sus acciones a lo que la normatividad lo permite ya que no tiene injerencia sobre la normatividad que aplica. Sus acciones son evaluadas por diferentes órganos de control y vigilancia especial como la Contraloría, Procuraduría, Defensoría, Fiscalía, Control Interno, Contaduría general entre otros. De igual manera, el tipo de sanciones que enfrenta dependiendo de la magnitud de su falta son la afectación patrimonial,

inhabilidad para ejercer cargos públicos y la privación de la libertad. El DAE se mueve bajo escenarios de conflicto entre partidarios y no partidarios de sus acciones y manera de pensar que puede ser juzgada por la comunidad.

El DEP puede accionar dentro de todo aquello que la normatividad no le prohíba y es la ley comercial la que lo rige a través de los estatutos de sociedades y de los contratos que celebra. Por otro lado, los órganos de control y vigilancia son menos rígidos que los del DAE y sus actuaciones son evaluadas de la misma forma que un particular, las sanciones que enfrentan son de privación de la libertad y afectación patrimonial.

El entorno en el cual se mueve se caracteriza por la velocidad, competitividad y dinamismo del mercado, en donde resulta vital un equipo de trabajo concentrado, autónomo, emprendedor y flexible que se encaminen a resultados perdurables para la compañía.

En cuanto a la gestión, el DEA se mueve bajo un entorno jerárquico y centralizado, su accionar es reactivo y tiende a no delegar las decisiones que deba tomar ya que si se toman de forma equivocada las responsabilidades jurídicas corren por su nombre. Por el contrario el DEP, el ámbito sobre cual trabaja es flexible, su accionar puede ser proactivo y dependiendo de las circunstancias puede ser reactivo. Siempre va a tender a delegar.

Son varios los dilemas que enfrentan cada uno de esta clase de directivos que hacen que las diferencias entre sus gestión sean diferentes pero el perfil que deben manejar

cualquiera de estas dos clases de líder es de eficacia, impulsores y creativos, deben ser controladores, estables y racionales.

5.7. Compromiso Social Vs Volumen de ingresos

En todas las naciones, el tema de la pobreza ocupa un gran porcentaje de sus agendas internas, ya que en los últimos años este tema se ha venido convirtiendo en el talón de Aquiles para algunos mandatarios y especialmente el de sus estructuras estatales; es prioridad para las empresas ofrecer soluciones para mejorar las condiciones de vida de las personas que se encuentran en la “base de la pirámide”, concepto acuñado por CK Prahalad y que hace referencia a los 4 billones de personas que se encuentran por debajo de la línea de pobreza y que requieren ser tratadas como consumidores y no como pobres, esto con el fin de despertar su potencial, lograr escalar social y económicamente, y salir de la pobreza; empero consideramos que lo aquí presentado no es un manual propio de eruditos en el tema, pero sí una mirada antagónica a lo que ha venido sucediendo con las políticas mundiales en materia de pobreza.

Con el crecimiento económico, el desarrollo de tecnologías, los procesos globalizadores, la integración de economías y especialmente la magnificencia que se le da al dinero, la brecha entre ricos y pobres ha venido sufriendo grandes cambios, que por desgracia no son los esperados, es decir que cada vez hay más ricos y menos pobres, sino todo lo contrario, ahora hay mayor diferencia entre unos y otros; por lo que resulta urgente que los países y aún más las multinacionales se responsabilicen y comiencen a actuar para que la pobreza no se convierta en una pandemia que ya no tenga solución

Es importante mencionar que dentro de las personas consideradas pobres encontramos a casi el 65% de la población mundial; lo cual es una cifra nada despreciable si consideramos que ganan algo menos de dos mil dólares anuales, si miramos la cifra de manera particular no llamaría la atención, pero si multiplicamos esos dos mil dólares por los casi 4.000 millones de personas; estaríamos hablando de un mercado de casi 24 Billones de dólares.

Es decir, las multinacionales tienen un gran target allí. Si se encargaran de promover y mejorar las condiciones de vida de ese 65%, entrarían a generar ganancias que no se imaginarían, la inversión en proyectos novedosos hace que el éxito esté garantizado; sumándole a ello que en el trabajo con esta escala social se puede encontrar mano de obra barata, lo que abarataría los productos finales.

Por otro lado es importante mencionar la importancia que tiene para las multinacionales, que los países posibiliten la creación de empresas, ya que éstas son las que brindan calidad de vida, en la medida que ofrecen trabajo, estabilidad laboral, seguridad social entre otros; pero esto no se puede lograr con un estado restrictivo y quisquilloso que no otorgue las garantías a nivel gubernamental para la consolidación de economías nacientes.

En la medida que se vayan generando mejores puestos de trabajo, el primer piso de la pirámide irá escalando conforme lo haga el ciclo económico, es por eso que si queremos que se acabe la pobreza es necesario que se conviertan puestos laborales vacíos en

elementos productivos, de esta forma se estaría garantizada la sostenibilidad de los países.

6. MERCK S.A.

Merck es una de las empresas familiares más antiguas de todo el mundo. La tradición de más de 335 años obliga: gracias a productos innovadores, colaboradores comprometidos y un manejo responsable de los recursos naturales, queriendo conservar e incrementar el valor de la empresa, pensando igualmente en generaciones futuras. Mucho antes de que conceptos tales como "Corporate Responsibility" o "Corporate Citizenship" estuvieran en boca de todos, Merck le ha dado vida a estos valores, anclándolos igualmente en sus valores corporativos que rigen a nivel mundial.

6.1. Compromiso a nivel mundial

Merck tiene clientes, colaboradores y sedes de producción en numerosos países del mundo. En todos ellos están empeñados en ofrecer a todas las mujeres y hombres que trabajan en la compañía un entorno profesional atractivo, comprometidos social y culturalmente con la sociedad más allá de los portones de la fábrica, y tratan de superar los retos ecológicos y medioambientales con los que se ven confrontados. Este compromiso se basa en el convencimiento de que las empresas son parte integrante de la sociedad, y que los productos y los colaboradores son factores determinantes del éxito económico. "Procuramos reconocimiento y aceptación de nuestra empresa en la sociedad", éste es uno de sus objetivos anclados en los valores corporativos que rigen a nivel mundial.

Los valores corporativos de la empresa definen la manera en la que perciben su posición como empresa próspera y responsable. Códigos de conducta internos presentan de forma concreta estos valores y explican a los colaboradores los valores defendidos por Merck.

Merck S.A. es una compañía de origen familiar, con sede en Alemania. Se ha expandido desde los años 50 y 60 después de readquirir subsidiarias perdidas durante la Segunda Guerra Mundial. Gracias a esto, Merck S.A. Logró establecerse en Colombia en el año de 1957.

Como empresa química y farmacéutica ofrece productos de calidad y soluciones confiables, ágiles e innovadoras, cumpliendo con la normatividad y la legislación vigente.

El mejoramiento continuo y un equipo humano calificado, motivado y con actitud innovadora y empresarial se generan niveles adecuados de rentabilidad, manteniendo una relación óptima con los proveedores y clientes.

A través de un enfoque preventivo logramos reconocer nuestra responsabilidad integral con nuestro entorno y Medio Ambiente.

Somos parte del Programa de Excelencia Ambiental Distrital (PREAD) desde el 2001, y contamos con certificación ISO 14001 desde el 2003.

6.2. Misión y Valores

La misión de Merck es proveer a la sociedad productos y servicios superiores por medio del desarrollo de innovaciones y soluciones que mejoren la calidad de vida y satisfagan

las necesidades de los clientes y brinden a los empleados trabajo significativo y oportunidades de desarrollo y a los inversionistas altas tasas de rentabilidad.

6.3. Guía de responsabilidad social de la empresa

6.3.1. Valores

El valor de Merck S.A. es mantener y mejorar la vida humana. Todas sus acciones deben ser medidas por su éxito en alcanzar esta meta. Valora, por encima de todo, la habilidad de servir a cada quien que pueda beneficiarse del uso apropiado de sus productos y servicios, de esa forma, proporcionando satisfacción duradera a sus consumidores.

Está comprometida con los más altos patrones de ética e integridad. Es responsable por sus clientes, por los empleados de Merck y sus familias, por el ambiente que habitan y por las sociedades a las que sirve alrededor del mundo. Al liquidar sus responsabilidades, no toma atajos profesionales ni éticos. Su interacción con todos los segmentos de la sociedad debe reflejar los altos niveles que profesa.

Está dedicada a los más altos niveles de excelencia científica y compromete su investigación a mejorar la salud humana y animal y la calidad de vida. Se esfuerza en identificar las necesidades más críticas de sus consumidores y clientes y dedica sus recursos a resolver esas necesidades.

Espera ganancias, pero sólo del trabajo que satisface las necesidades de los clientes y beneficia a la humanidad. La habilidad para cumplir con sus responsabilidades depende de que mantenga una posición financiera que invite a la inversión en investigación de vanguardia y que haga posible la entrega eficaz de los resultados de esta investigación.

6.3.2. Responsabilidad Social

Merck soporta iniciativas para mejorar el acceso a medicamentos que salvan la vida, en países en vías de desarrollo de todo el mundo. Sus esfuerzos para abordar retos de salud van más allá de la investigación y desarrollo de medicamentos, hacia la búsqueda y soporte de iniciativas que fomenten la educación sobre enfermedades, prevención y atención, y acceso sostenible a medicamentos en el mundo en desarrollo.

Al reconocer que una serie de enfoques son necesarios para identificar las formas más prometedoras y eficientes de garantizar acceso sostenible a medicamentos en los países en desarrollo, Merck está emprendiendo iniciativas y estableciendo asociación es público-privadas para manejar el impacto de enfermedades en una variedad de escenarios con escasos recursos.

Además existe una amplia inversión en la investigación, prevención y tratamiento del VIH/SIDA. Este tipo de investigaciones se combina con la donación de Mectizan, medicamento indicado en el tratamiento de la Oncocercosis y la donación a programas locales de promoción de salud pública y de investigación en distintas áreas del bienestar humano.

Uno de los programas de mayor éxito dentro de la compañía es “Constructores de Vida”, Merck en su Unidad de Oncología, en respuesta al compromiso social de la compañía con la comunidad, ha creado y desarrollado el programa "Constructores de Vida" con el propósito de brindar soporte personalizado a los pacientes diagnosticados de cáncer colorrectal y de cabeza y cuello, y sus cuidadores. Este vínculo también se extiende a los

médicos y a los profesionales de la salud involucrados en el cuidado de los pacientes en estos difíciles momentos.

OBJETIVO

El programa "Constructores de Vida", ofrece a los pacientes con cáncer, una alternativa de reintegración social, familiar y laboral, impartiendo información que les ayude a solucionar inquietudes de su diario vivir, como la alimentación, el cuidado de la piel, el manejo de ostomias, la actividad física recomendada y soporte emocional.

A sí mismo brinda una serie de ventajas de soporte y de capacitación no formal en labores simples, que podrán ayudar al paciente con cáncer a reintegrarse socialmente y como un medio para obtener recursos provenientes de su labor.

Los pacientes y sus cuidadores son la primera línea de nuestro trabajo, pero además hemos incluido Asociaciones de pacientes con cáncer e instituciones hospitalarias que cuentan con servicio de oncología.

MISION

Ser gestor y facilitador del mejoramiento de la calidad de vida de los pacientes diagnosticados de cáncer colorrectal y de cabeza y cuello.

VISION

El programa "Constructores de Vida" es el primer proyecto de responsabilidad social corporativa que impulse al mejoramiento de la calidad de vida de los pacientes con cáncer, con acciones innovadoras y de impacto para beneficio de pacientes, cuidadores y profesionales de la salud, e involucrando otros estamentos de la sociedad. Unidad de

oncología Merck Colombia, Programa de pacientes Constructores de Vida, Recuperado el 11 de Julio de 2011 en el sitio web de MERCK: <http://www.merckoncologycol.com/convida.htm>.

Para las empresas hoy en día es de suma importancia el hecho de ser reconocidas en el entorno empresarial como compañías capaces de generar aportes a la sociedad, para ello, muchas se esfuerzan por lograr la certificación internacional de ISO 26000 RS. Dentro de los aspectos importantes de la norma, cabe resaltar que no es una norma susceptible de ser calificada y por ende no tiene requisitos específicos para ser cumplida, quizá este es uno de los errores más comunes que cometen los directivos de las compañías ya que no la ven como una ventaja estratégica sino como una piedra en el zapato para alcanzar la excelencia empresarial. Es importante mencionar que la norma salió a vigencia a finales de 2009 y hasta ahora muy pocas empresas en Colombia han tenido la intención de asimilarla.

7. CONCLUSIONES

Como estudiantes de la facultad de Administración de Empresas de la Universidad del Rosario, preocupados por actual condición de la cultura empresarial basándonos en la ética y responsabilidad social, identificamos la importancia que tiene para la sociedad actual que los futuros gerentes de sus compañías tengan claro la definición responsabilidad social empresarial, sus implicaciones, como desarrollar la GUIA ISO 26000, para evitar la tergiversación y el mal aprovechamiento que se le está dando a esta nueva tendencia de la administración.

Viendo el caso aplicado de Merck, concluimos que es de suma importancia que todas las empresas tengan procesos estandarizados en materia de responsabilidad social, dado que de esta manera las empresas contribuyen al crecimiento de las sociedades.

Como administradores de empresas, identificamos que en nuestra vida profesional futura, debemos entender a la empresa como un ente holístico, que toma decisiones como empresa, no como empresario, y cada una de estas tiene consecuencias, económicas, sociales y medioambientales que contribuyen al desarrollo sostenible tanto de la empresa como de la comunidad en la que se desarrollan las operaciones.

La aplicación de la ISO 26000 genera una ventaja competitiva en el mercado, pues es de esta manera que la empresa se comprometo social y medioambientalmente, generando beneficios para el país; pues con la implementación de políticas de

responsabilidad social entendemos que podemos generar empleo en las comunidades de impacto y contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los colombianos.

8. RECOMENDACIONES

Luego del desarrollo de la herramienta de Medición de la Responsabilidad social, invitamos a todos aquellos empresarios preocupados por la importancia para la sociedad actual se comprometa de una manera socialmente responsable tanto con la humanidad como con el ambiente, a utilizar esta herramienta y así comprender y definir su compromiso social con el comunidad.

Esta herramienta los ayudará a comprender marco actual de la responsabilidad social que tener su empresa con en el entorno en el cual se desenvuelve, así como conocer sus áreas de oportunidad y de esta manera poder definir sus compromisos de corto, mediano y largo plazo con todos los grupos de interés.

Es importante recordar que la Guía ISO 26000 representa una ventaja competitiva para la compañía, pues de suma importancia que los actuales y futuros gerentes se empoderen y comiencen con procesos serios y sustentados para lograr que sus empresas estén de acuerdo con la normatividad internacional, y así lograr un punto adicional y diferenciado de las compañías internacionales con respecto a la responsabilidad social empresarial.

9. BIBLIOGRAFIA

Barbosa Ramírez, David. (2002). *Ética y entornos de los directivos de agencia estatal y empresa privada*. Bogotá, Colombia: Universidad del Rosario

Le Mouel, Jaques. (1991). *Critica de la Eficacia*. Paris, Francia: Paidós.

Lozano. Josep M. (1991). *Ética y Empresa*. Madrid, España: Trotta

Niño Cubillos, Javier Ignacio. (2006). *La ética empresarial un compromiso social*. Colombia: Konrad Adenauer Stiftung

Weber, Max. (2003). *La Ética Protestante y el Espíritu Capitalismo*. Bogotá, Colombia: Fondo de Cultura Económica

Cragg, Wesley (1997). *Enseñando Ética en los Negocios: el papel de la ética en los negocios y en la enseñanza de la administración*.

CORTINA, Adela. (1998). *Ética de la Empresa*. Madrid, España: Trotta

FUENTES DE INFORMACION ELECTRONICA

- “Norma ISO 26000: Guía sobre Responsabilidad social”. Disponible en: http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/MiEmpresa/Noticias/Documents/Responsabilidad_social.pdf
- Ministerio de educación. <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article->

93439.htm.

- Cámara de Comercio de Bogotá.

<http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=95&conID=159>

- Banco Mundial.

http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf

- <http://www.rae.es/RAE/Noticias.nsf/Home?ReadForm>