

**MECANISMOS PARA MEDIR Y EVALUAR EL ESTADO DE LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS DEL
SECTOR FARMACEUTICO EN COLOMBIA**

**JAVIER BERNARDO CUELLAR MOLINA- CÓDIGO 0632252
LUIS ALFREDO GOMEZ SOTO -CÓDIGO 0623392**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI
2015**

**MECANISMOS PARA MEDIR Y EVALUAR EL ESTADO DE LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS DEL
SECTOR FARMACEUTICO EN COLOMBIA**

**JAVIER BERNARDO CUELLAR MOLINA- CÓDIGO 0632252
LUIS ALFREDO GOMEZ SOTO -CÓDIGO 0623392**

MODALIDAD PROYECTO DE GRADO - MONOGRAFIA

**TUTOR
JHON MONTAÑO PERDOMO**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI
2015**

AGRADECIMIENTOS

Al finalizar un trabajo tan laborioso y lleno de dificultades como es la elaboración de un trabajo de grado, es inevitable no sentirse orgulloso de la increíble Azaña y entonces empezamos a recordar el aporte y la participación de personas e instituciones que han facilitado las cosas para que este trabajo llegue a un feliz término. Por ello, es para nosotros un verdadero placer utilizar este espacio para ser justos y consecuentes con ellos, expresándoles de manera especial y sincera nuestros agradecimientos.

A la Universidad del Valle por habernos provisto de excelentes maestros, quienes nos brindaron su conocimiento y confianza en el transcurso de nuestros estudios profesionales.

Al profesor Jhon Montaña Perdomo por aceptarnos para realizar este trabajo bajo su dirección, su apoyo y confianza en el trabajo y su capacidad para guiar nuestras ideas han sido un aporte invaluable, no solamente en el desarrollo del trabajo de grado, sino también en nuestra formación como profesionales.

A nuestros Padres, Madres, Hermanos y Esposa al manifestarnos y demostrarnos su amor y confianza, en nosotros el mejor estímulo para lograr un triunfo más en la vida.

TABLA DE CONTENIDO

1.	ANTECEDENTES	6
1.1.	ANTECEDENTES DE TIPO ACADÉMICO	6
1.1.1.	<i>La responsabilidad social empresarial como base de la estrategia competitiva de HZX</i>	6
1.1.2.	<i>Ser o aparentar, la responsabilidad social empresarial en Colombia: Análisis organizacional basado en los lineamientos de la Responsabilidad Social Empresarial</i>	7
1.1.3.	<i>La responsabilidad social corporativa: comparativa internacional del sector bancario</i>	9
1.1.4.	<i>Estudios sobre responsabilidad social en el sector financiero de Perú y Brasil</i>	11
1.1.5.	<i>Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas latinoamericanas</i>	14
2.	PROBLEMA DE INVESTIGACION	16
2.1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
2.2.	FORMULACION DEL PROBLEMA	19
2.3.	SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	19
3.	OBJETIVOS	20
3.1.	OBJETIVO GENERAL	20
3.2.	OBJETIVO ESPECIFICO	20
4.	JUSTIFICACION	21
5.	MARCO REFERENCIAL	23
5.1.	MARCO CONCEPTUAL	23
5.1.1.	<i>Definición de las categorías involucradas en la valoración</i>	23
5.1.2.	<i>Definición de las variables involucradas en la valoración</i>	25
5.2.	MARCO TEORICO	29
5.2.1.	<i>Guía Técnica Colombiana GTC 180.</i>	31
5.3.	MARCO LEGAL	33
5.3.1.	<i>Foro de Davos</i>	33
5.3.2.	<i>Mesa redonda de Caux</i>	33
5.3.3.	<i>Declaración universal de los derechos humanos</i>	35
5.3.4.	<i>Declaración relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo</i>	35
5.3.5.	<i>Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y política social</i>	36
5.3.6.	<i>Normas ISO</i>	37
5.3.7.	<i>Estándares internacionales</i>	38
5.3.8.	<i>Constitución Política de Colombia</i>	39
5.3.8.1.	<i>Artículo 58</i>	39

5.3.8.2. Artículos 78 a 82	41
6. ASPECTOS METODOLOGICOS	43
6.1. METODOLOGIA	43
7. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR FARMACÉUTICO EN COLOMBIA Y SUS MECANISMOS DE MEDICIÓN Y EVALUACIÓN	45
7.1. RECORRIDO SOCIO HISTORICO POR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA	45
7.1.1. <i>Aproximación histórica y cronológica de la RSE en el país</i>	46
7.2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA INDUSTRIA FARMACEUTICA	54
7.2.1. <i>Análisis general del sector farmacéutico</i>	54
7.2.2. <i>RSE en el sector farmacéutico</i>	56
8. MECANISMOS PARA MEDIR Y EVALUAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	64
8.1. GUÍA (GLOBAL REPORTING, 2011) PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD.	64
8.2. INDICADORES ETHOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (INSTITUTO ETHOS, 2006)	65
9. ANALISIS COMPARADO DE LOS MECANISMOS DE MEDICION	67
10. MEDICION DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN UNA EMPRESA FARMACEUTICA	72
10.1. EMPRESA OBJETO DE ESTUDIO (DROSERVICIO)	72
10.2. EVALUACION DE RSE EN DROSERVICIO	74
10.3. VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS	77
10.4. CONDICIONES DE AMBIENTE DE TRABAJO Y EMPLEO	78
10.5. APOYO A LA COMUNIDAD	79
10.6. PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE	80
10.7. MARKETING RESPONSABLE	80
10.8. RESULTADOS	81
13. BIBLIOGRAFIA	87
14. ANEXOS	91
14.1. ENCUESTA DE RSE EN EMPRESA DEL SECTOR FARMACÉUTICO	91

1. ANTECEDENTES

1.1. ANTECEDENTES DE TIPO ACADÉMICO

1.1.1. La responsabilidad social empresarial como base de la estrategia competitiva de HZX

Este trabajo de grado, realizado para la Universidad Javeriana de la ciudad de Bogotá en el año 2009(Ortiz Aristizabal, 2009), presenta a la responsabilidad social empresarial, como una herramienta competitiva de una empresa. Su objetivo, era describir el conjunto de prácticas de RSE en la estrategia competitiva de la empresa HZX y para ello se orientaron a los indicadores Ethos¹ de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), refiriendo que tal material sirvió como herramienta de apoyo para la gestión en esa materia.

Según la información contenida en el trabajo de grado (Ortiz Aristizabal, 2009), los indicadores Ethos² son una herramienta de ayuda para la calificación de las empresas en cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que llevan a cabo. Estos indicadores organizan los grupos de interés en 7 bloques, los cuales son: Valores, Transparencia y Gobierno, Público Interno, Medio Ambiente, Proveedores, Consumidores y Clientes, Comunidad, Gobierno y Sociedad. La calificación de los indicadores Ethos puede ser de 1 a 4, la calificación 1 es el nivel mínimo que corresponde a una etapa básica de acciones que realiza la compañía, en el cual se encuentra en un nivel reactivo de las exigencias legales; el nivel o la etapa 2 representa una etapa intermediaria de acciones donde la empresa tiene una postura defensiva más sin embargo gestiona cambios y avances en sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE); la etapa 3 refleja un nivel

¹ Herramienta para el proceso de profundización del compromiso con la responsabilidad social y el desarrollo sustentable del Instituto Ethos.

²La palabra Ethos es una palabra griega que significa "costumbre" y, a partir de ahí, "conducta, carácter, personalidad"

avanzado de acciones, donde la empresa va más allá de lo legal y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es considerada estratégica en el negocio; y finalmente el nivel 4 representa un nivel de excelencia en las practicas realizadas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

De acuerdo al objeto de la presente investigación, dicho antecedente demuestra que la aplicación de mecanismos para medir y evaluar el estado de la responsabilidad social empresarial funge como una herramienta importante a la hora de legitimar la situación actual en materia de RSE.

1.1.2. Ser o aparentar, la responsabilidad social empresarial en Colombia: Análisis organizacional basado en los lineamientos de la Responsabilidad Social Empresarial

Este documento realizado por estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana en el año 2009(Vergara & Vicaria, 2009), resulta ser un antecedente apropiado para el presente trabajo escrito, ya que además de explorar las diferentes dimensiones concernientes a Responsabilidad Social Empresarial (RSE), incluye dentro de su enfoque metodológico, una aproximación cualitativa al estudio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), el cual se aplica al contexto colombiano.

El foco central de esta investigación, es analizar las aplicaciones de los hechos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), para determinar en qué instancia la empresa tiene RSE y cuando aparente tener RSE. El trabajo en mención, pretende informar acerca de cómo el capitalismo contemporáneo ha dejado desprotegido al individualismo, y de esta forma, como el concepto de responsabilidad social empresarial funge como un elemento constructor de una nueva sociedad.

Con estas observaciones, los investigadores (Vergara & Vicaria, 2009) enfocan su investigación, y a partir de ello empiezan a constatar que existe un gran abismo y una distancia considerable entre las empresas socialmente responsables y las prácticas de responsabilidad social, como fenómenos derivados de la sociedad de consumo, que en ocasiones son ejercidos como mera filantropía, en otros momentos como acción caritativa, en otras como inversiones económicas intuitivas y en situaciones más depuradas y coherentes como estrategias de gestión empresarial.

Para abordar este proceso, el grupo de trabajo se planteó hacer una revisión del contexto macro donde fue necesario rescatar y asumir los parámetros mundiales para poder entender el caso particular colombiano; el contexto regional fue susceptible de análisis por medio de la revisión de textos, estudios y con entrevistas a expertos en el tema; con comparación a empresas con prácticas de responsabilidad social en el país; con contraste a entidades importantes en la promoción de la Responsabilidad Social en América Latina; y, con una investigación rigurosa que gradualmente les fue llevando de lo global a lo local.

Ello les permitió encontrar los enfoques utilizados en el ejercicio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) así como las falencias que se presentan para superar el abismo; en esta óptica se consideró la premisa de que es necesario que las empresas pasen de un estado reactivo de ser empresas con prácticas de responsabilidad social, a ser empresas proactivas, es decir socialmente responsables. En consideración de los autores se cree que hoy el concepto de RSE se ha desvirtuado en razón de las múltiples prácticas empresariales, se ha creado en el imaginario colectivo una consideración errada: Responsabilidad Social, sinónimo de ayuda a la comunidad.

Con esta óptica se observa que, singularmente, Colombia padece conflictos y crisis sociales como el desplazamiento y la violencia, entre los más importantes, y

estructurales como la corrupción, frente a los cuales es posible preguntarse, ¿qué están haciendo las empresas y entidades colombianas, incluyendo el Estado, para aportar responsablemente a la solución de los conflictos internos del país? Esta pregunta es respondida, al plantear el análisis que el grupo investigador propone, y su investigación en conjunto, así como las metodologías y los resultados, son un antecedente que se considera apropiado utilizar dentro del marco referencial de la presente investigación (Vergara & Vicaria, 2009).

Dentro del presente trabajo de investigación, se hace imperativo, revisar las herramientas que permitan medir y evaluar a las empresas con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), por esta razón, la búsqueda del material bibliográfico en los antecedentes, debe favorecer también a una posterior etapa de construcción de marco teórico. De esta forma, el documento de Vergara y Vicaria (2009), constituye un material importante de consulta, aunque no definitivo.

1.1.3. La responsabilidad social corporativa: comparativa internacional del sector bancario

Dentro de los antecedentes que se han podido considerar como referentes del presente trabajo escrito, se vincula el documento realizado en Enero de 2011 para la Universidad de Barcelona, en el cual se realiza un análisis comparado de la RSE en el sector de la banca.

En este documento (Truño Gual, 2011), se plantea como objetivo general, describir y verificar los instrumentos y procesos que utilizan las empresas para considerarse socialmente responsables, y por otro lado, determinar la eficiencia de las empresas en repartir y distribuir los excedentes entre los stakeholders y evaluar el impacto que produce a la imagen y reputación corporativa de la compañía pasar a convertirse en una empresa socialmente responsable. Para

alcanzar este objetivo general, se utiliza una muestra de entidades bancarias europeas y norteamericanas y se realiza una investigación que se podría dividir en tres capítulos o artículos diferenciados:

- Análisis de los casos de la RSE: estado de la cuestión en el grupo Santander
- La eficiencia del sector bancario y la RSE: una comparativa internacional
- Valoración de imagen y satisfacción del sector bancario: La RSE como herramienta de marketing

Este documento es importante como un antecedente referencial, ya que permite visualizar metodologías para realizar un análisis comparado entre organizaciones del mismo rubro, de cara a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), por ello, su planteamiento se involucra a lo que se espera resolver con el presente trabajo de investigación.

Así mismo, el trabajo de Jordi Truño (2011), propone una primera aproximación para medir la RSE de una empresa, consistente en analizar el uso y conocimiento de los instrumentos y herramientas que tienen al alcance las empresas para considerarse socialmente responsables. Esta metodología se ve limitada por la baja disponibilidad de información. Una segunda aproximación, consiste en utilizar un indicador global sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Aunque no existe un indicador consolidado, las investigaciones más recientes utilizan principalmente el de rentabilidad social corporativa, o Corporate Social Performance (CSP), conocido como KLD, y desarrollado por Kinder, Lydenberg, Domini & Company, empresa que está recopilando información sobre RSC desde Mayo de 1991.

Dicha información, empieza a ser útil para demostrar que en la búsqueda de información, de cara a la evaluación de la RSE, se debe establecer un sistema medible cualitativamente, por ello se ha considerado de forma exploratoria, que el

desarrollo del capítulo concluyente de la investigación, debe contener una estructura de análisis, basada en categorías, variables e indicadores, con los cuales se pueda acercar al mecanismo ideal.

1.1.4. Estudios sobre responsabilidad social en el sector financiero de Perú y Brasil

En el contexto de la preocupación que embarga a las organizaciones por el impacto de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), especialmente en las últimas décadas, la Red Puentes, la cual es la primera alianza de organizaciones de la sociedad civil (OSC), y expertos en responsabilidad social (RS) unidos para contribuir al Desarrollo Sustentable y cuyo propósito es impulsar cambios que armonicen la realización plena de los derechos humanos, la erradicación de la pobreza, la producción en armonía con el ambiente, la equidad social y el fortalecimiento de la democracia, decide realizar una investigación y monitoreo sobre los temas de responsabilidad social en los principales bancos del sistema financiero peruano y brasileño (Tostes Vieira, 2008).

El interés del documento se centra en realizar un aporte teórico sobre la valoración de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y un aporte aplicado a casos de la Banca Comercial de Perú y Brasil para verificar los niveles de cumplimiento de estos criterios, sobretodo en el ámbito de los derechos laborales, los temas ambientales y las relaciones con los consumidores (Tostes Vieira, 2008). Este documento ha sido incluido dentro de los marcos referenciales, debido a su aporte al respecto de las fuentes primarias de información que se deben aplicar dentro de una evaluación de RSE en las empresas.

A propósito de ello, en este documento se incluye una encuesta que contiene 69 preguntas agrupadas en seis (6) bloques, que se caracterizan por ser de tipo cualitativo. El primer bloque tiene como objetivo caracterizar los bancos a través de información sobre los tipos de empresas coligadas, capital accionario, identificación con el Banco Central, liquidez, número de clientes, puntos de atención en el país. El segundo bloque contiene preguntas generales sobre responsabilidad social, donde se busca identificar los conceptos de responsabilidad social en los bancos seleccionados así como algunas prácticas que evidencien el compromiso de la institución con transparencia y ética.

El tercer bloque está concentrado en el tipo de relación que el banco tiene con sus trabajadores, con representantes de trabajadores y sindicatos, acerca de la libertad sindical; negociación colectiva; derechos y beneficios de los trabajadores directos e indirectos; código de ética y conducta; y la relación con las empresas tercerizadas. El cuarto bloque se enfoca en los consumidores.

El quinto bloque de la encuesta tiene como objetivo identificar si los bancos elegidos poseen una política dirigida al medio ambiente y al desarrollo y consumo sustentable, así como acuerdos de principios internacionales de conducta ética y transparencia. Así también, busca identificar las condiciones para una política diferenciada por seguimientos empresariales para la evaluación de riesgos, garantizando el desarrollo de prácticas con sostenibilidad socio ambiental. Las preguntas están ordenadas según el bloque y los temas a recoger en la encuesta.

Cuadro 1. Estructura de la encuesta planteada en el trabajo de Marta Tostes

Bloques		Preguntas	Temas
1	Perfil de banco	01 a 13	Informaciones Institucionales
2	Responsabilidad Social Empresarial	14 a 21	Discurso RSE
			Corrupción y transparencia
			Demostraciones financieras, contables y sociales
3	Trabajadores	22 a 37	Libertad y negociación sindical
			Código de Ética y Conduta
			Derechos y beneficios
			Inclusión / Relación con los trabajadores (directos e indirectos)
			Relación con otras empresas
4	Consumidores	38 a 53	Relación de bancos/consumidores
			Productos y servicios
			Concesión de crédito
5	Medio Ambiente	54 a 64	Políticas de medio ambiente y consumo sustentable
			Adhesión a documentos internacionales
			Concesión de crédito
6	Actores sociales, culturales y marketing	65 a 69	Filantropía y marketing social

FUENTE:(Tostes Vieira, 2008)

Así mismo, Tostes Vieira consideró apropiado que respecto a la escala de valores, los bloques recibieran una evaluación entre 0 y 5, en cada uno de los subtemas analizados. Cada nota corresponde al seguimiento de determinados criterios, mientras cada bloque y sus subtemas tienen criterios específicos, definidos de acuerdo con la referencia básica.

Cuadro 2. Criterios básicos para evaluar los temas

Nota	Evaluación	Criterio Básico
0	SR	Sin respuesta o se negó a responder.
1	Pésimo	No declara cumplir lo esencial o nada. No demuestra preocupación con el tema.
2	Malo	Realiza algunas acciones en relación al tema, más de forma puntual en aspectos de menor relevancia.
3	Regular	Atiende o prevé una legislación y o a lo mínimo éticamente aceptable.
4	Bueno	Presenta avances sistemáticos para además de la legislación y /o de lo mínimo de consideraciones esperadas. Muestra evidencias consistentes y verificables de sus acciones.
5	Excelente	Atiende a lo considerado como ideal de comportamiento en el tema. Presenta evidencias efectivas en documentos y acciones, asimismo como planes para que se perfeccionen.

FUENTE: (Tostes Vieira, 2008)

Este documento muestra un primer ejemplo de una herramienta que permite medir apropiadamente la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en una empresa, por cuanto su aporte es muy importante dentro del trabajo de investigación.

1.1.5. Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas latinoamericanas

El artículo publicado en el año 2009 por Claudia Mellado (Mellado, 2009) expone como la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una nueva visión de la gestión estratégica y de la ética corporativa de las organizaciones, donde el cambio tecnológico, económico y cultural, han terminado por redefinir la relación que éstas tienen con sus públicos y con el entorno. Considerando a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) como un elemento trascendental en la economía y composición social latinoamericana, este trabajo revisa y analiza el rol que la RSE puede cumplir en la gestión de sus intangibles y en la producción de valor dentro de este tipo de formato empresarial. A través de un análisis vinculado al fenómeno organizacional, se discuten tanto las dificultades como las ventajas que la pequeña y mediana empresa presentan ante la adopción de estas estrategias,

así como la importancia que tiene la profesionalización de la gestión empresarial y comunicativa, dentro de cada una de ellas.

Dicho artículo es considerado un antecedente de la investigación, ya que brinda un ejemplo de análisis de las herramientas de gestión, así como las potencialidades y debilidades que hoy presentan la pequeña y mediana empresa en torno al tema, y los elementos que deben perfeccionarse a su favor, por ello, su contenido podría ser aplicado en el desarrollo del presente trabajo, complementando la información con respecto a la evaluación y medición de la responsabilidad social empresarial.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACION

2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad existe un marcado interés por parte de los diferentes gobiernos por prevenir y mitigar problemas como el desempleo, el analfabetismo, la falta de educación, la disminución de los recursos naturales, la falta de vivienda y el impacto al medio ambiente. La fractura ocasionada desde el nacimiento de la economía de mercado propuesta por Adam Smith y la crítica a las divisiones de clase discutida desde Carlos Marx, género en las empresas, la necesidad de brindar a sus empleados unos mínimos beneficios, en pro de aportar de la solución de dichos problemas en la sociedad.

Desde esta perspectiva las empresas con su actuar, impactan en la calidad de vida de los trabajadores, sus familias y la comunidad, proporcionando bienes y servicios en el marco de estrategias que pueden ser relacionadas con la responsabilidad social empresarial.

Sin embargo las buenas acciones con respecto a los empleados y su calidad de vida, en ocasiones suelen ser confundidas con una adecuada responsabilidad social empresarial. En el pasado por ejemplo las cajas de compensación familiar en el caso Colombiano, eran el tipo de empresa que se acercaba en mucho al modelo de empresa socialmente responsable, y se le ligaba precisamente por los hechos de acción social que cumplían con los lineamientos de su objeto social, de acuerdo con sus obligaciones legales, sin embargo, hoy en día se ha reconocido mundialmente, que las acciones sociales representadas en todas aquellas muestras de solidaridad por parte de las empresas, no son las evidencias que permitan asegurar que sus políticas están alineadas al concepto de RSE.

De esta forma, las empresas que pretendan, legitimar realmente una postura de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), deben evolucionar desde su visión y tomar conciencia de que para mejorar el entorno social es necesaria la aplicación inmediata y en gran medida de prácticas de responsabilidad social empresarial, tanto en el análisis de asuntos internos, es decir, relaciones propias de la empresa con los trabajadores y sus familias, como de asuntos externos que hacen referencia a las relaciones de la empresa con la comunidad, al desarrollo de ésta y al entorno físico y ambiental.

Este asunto que cobra cada día mayor importancia en Colombia, tiene sus inicios en la década de los 50, cuando las empresas comenzaron a tener iniciativas de nuevos modelos de empresa, en las cuales lo primordial no era solo el beneficio de sus dueños, sino también el de sus grupos de interés y la sociedad en general, por lo cual se requiere evidenciar los impactos que la RSE tiene en su entorno y ante esta necesidad se realizó una revisión bibliográfica en las bases de datos de bibliotecas de universidades de la región, entidades como el SENA, páginas web de observatorios sobre el tema de RSE y la web en general para explorar de qué manera se podría medir el impacto de las actividades de RSE que realizan las empresas encontrando estudios realizados en sectores como el financiero en España (Fernández, 2012) o (Jaramillo Restrepo, Angel Correa, & Roman Aristizabal, 2012) en Medellín entre otros, pero en lo relacionado al tipo de empresas que se van a estudiar existe un vacío al respecto, lo que evidencia la inexistencia de estudios relacionados con este tema que permitan comparar los impactos que genera la aplicación de estas prácticas.

Un ejercicio que representa la medición de la Responsabilidad social empresarial, es el diseñado por la GlobalReporting.org (Global Reporting, 2011), entidad que fue creada en Boston en el año 1997, y su objeto fue diseñado de acuerdo con las economías sin fines de lucro de los Estados Unidos, el cual pretendía hacer

cumplir los principios contenidos en el marco CERES –por sus siglas Coalición de Economías Ambientalmente Responsables.

Dicha metodología de evaluación por indicadores, contempla una organización sistemática, con la cual se puede evaluar el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones, sin embargo, su utilización exige una notificación de uso, contenida en sus principios organizacionales (Global Reporting, 2011, pág. 8) la cual solo permite su utilización en tres casos:

- Proporcionando a la Organización GRI³ una copia impresa o en formato electrónica de los resultados
- Registrando la memoria de los resultados en la base de datos online de GRI
- Solicitando a GRI la comprobación del nivel de aplicación autocalificado

Así mismo, y tomando como base el concepto de qué una empresa responsable, es más sólida, lo que a su vez le permite abrir nuevas oportunidades, reflejar confiabilidad, aumentar empleo y favorecer su eficiencia y la seguridad y salud de los empleados, sin dejar de lado la protección del medio ambiente; en el presente trabajo escrito, se pretende encontrar así como la expuesta por GRI, otras herramientas que permitan a las empresas medir y evaluar, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), para que logren identificar en qué punto requieren mayor trabajo, y que categorías se encuentran cubiertas.

³Global Reporting Initiative (GRI) es un proceso internacional a largo plazo en el que han participado diversas partes interesadas, y cuya misión es elaborar y difundir la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad (“La Guía”).

2.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cuál es el resultado del análisis de las herramientas actuales para medir la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas del sector farmacéutico en Colombia?

2.3. SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

¿Con que herramientas se puede medir y evaluar la Responsabilidad Social Empresarial?

¿Cuál es el avance por parte de las empresas, entidades y el Estado colombiano, por aportar responsablemente a la satisfacción de las necesidades básicas de la sociedad colombiana?

¿Cómo se puede medir la Responsabilidad Social Empresarial en una empresa del sector farmacéutico en Colombia?

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar las diferentes herramientas de medición y evaluación de la Responsabilidad Social Empresarial aplicadas a empresas del sector farmacéutico en Colombia

3.2. OBJETIVO ESPECIFICO

Revelar las herramientas con las que se puede medir y evaluar la Responsabilidad Social Empresarial

Encontrar las diferentes categorías e indicadores involucrados en los mecanismos de medición y evaluación de la Responsabilidad Social Empresarial

Aplicar un análisis de medición y evaluación de la Responsabilidad Social Empresarial a una empresa comercializadora de medicamentos.

4. JUSTIFICACION

Un estudio realizado por el Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial, realizado en el 2006, mostró la falta de conocimiento sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en Colombia, basado principalmente en factores como la falta de claridad sobre cómo implementar la RS, falta de convicción y de apoyo de los directivos, falta de compromiso de los mandos medios y desinterés de los empleados.

Aún con base en esta información, es importante tener en cuenta que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene como uno de sus referentes la cultura organizacional en las empresas, sin dejar de lado el contexto social y humano como parte de su esencia, buscando competitividad, sostenimiento continuo y desarrollo en las organizaciones y a su vez es usado en la gestión empresarial como mecanismo de reconocimiento y posicionamiento.

Adicionalmente, con el pasar de los años se ha evidenciado, de qué manera las iniciativas sociales que hacen parte del concepto de RSE, están asociadas con los rasgos de la sociedad de un país, trabajado en el ámbito público y privado a través de la implementación de prácticas que contribuyan al mejoramiento de la comunidad.

Teniendo en cuenta lo anterior, este trabajo presentará información clave sobre la manera como se puede medir y evaluar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) aplicada en las empresas, y como dichas herramientas deben revisar al menos tres importantes aspectos de las empresa ,como son el económico, social y ambiental; con el fin de establecer los mecanismos que a su vez se conviertan en herramientas de mejora continua y progreso y amplíen el horizonte a las empresas a través de conocimiento sobre las practicas más comunes de RSE que permitan

mejores relaciones con sus grupos de interés, desarrollo en sus utilidades y adecuadas prácticas ambientales.

Finalmente, otro de los propósitos de este estudio es consolidar la formación como profesional, orientado al liderazgo responsable con la sociedad y el medio ambiente, a través de la gestión en las empresas con base en solidaridad, valores y ética, promoviendo desarrollo organizacional y cambio social.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1. MARCO CONCEPTUAL

5.1.1. Definición de las categorías involucradas en la valoración

Consumidores y clientes:

Consumidor es aquel individuo u organización que demanda bienes o servicios. De igual forma, cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios dentro de las empresas.

Comunidad:

Se refiere a un conjunto, una asociación o un grupo de individuos, que comparten elementos, intereses, propiedades u objetivos en común, en el mismo entorno social y geográfico en el que se encuentra una empresa.

Gobierno y sociedad:

El gobierno es la forma de conducción política, económica y social que se erige como predominante en un Estado específico. Es el poder del Estado en el cual se concentran determinadas facultades, aunque éstas diferirán de acuerdo a como estén distribuidos los poderes estatales, lo cual mucho se conecta con cuál es la forma de gobierno actual en dicho Estado. Y la sociedad es un término que describe a un grupo de individuos marcados por una cultura en común, un cierto folclore y criterios compartidos que condicionan sus costumbres y estilo de vida y que se relacionan entre sí en el marco de una comunidad.

Con respecto a ello, las empresas deben también incluir políticas de gobierno y sociedad, que se encuentren alineadas a las prácticas anticorrupción, sin perder de vista el liderazgo y la participación.

Medio Ambiente:

En general, es el entorno en el cual opera una empresa, el cual incluye el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos, y su interrelación. En este contexto, el medio ambiente se extiende desde el interior de una empresa hasta su injerencia global.

Proveedores:

Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a la empresa o a la comunidad del entorno. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin.

Público interno:

Es el grupo de personas que conforman a cada una de las empresas y que están directamente vinculadas a ellas. En el caso de una empresa, el público interno está conformado por accionistas, directivos, colaboradores, trabajadores y contratistas según sea el caso.

Valores, transparencia y gobierno corporativo:

Los valores son principios que nos permiten orientar el comportamiento en función de realizarnos como personas u organizaciones. Son creencias fundamentales que ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. También son fuente de satisfacción y plenitud para un individuo, y en el caso de las empresas, una herramienta que legitima su función.

Estos conceptos proporcionan una pauta para formular metas y propósitos, personales o colectivos. Reflejan intereses, sentimientos y convicciones más importantes.

Por otro lado, una empresa transparente es aquella que hace pública su información. En ambos casos, se trata de una actitud que despierta confianza en los demás.

Estos dos conceptos irán ligados en esta categoría, al concepto de gobierno corporativo, el cual abarca un conjunto de relaciones entre la administración de la empresa, su consejo de administración, sus accionistas y otras partes interesadas. También proporciona la estructura a través de la que se fijan los objetivos de la compañía y se determinan los medios para alcanzar esos objetivos y supervisar el desempeño

5.1.2. Definición de las variables involucradas en la valoración

Acción social:

La acción social de la empresa ha de brotar de conciencia de la organización de su responsabilidad y ser manifestación de su deseo de participar activamente y contribuir positivamente al desarrollo de la sociedad. Así pues, este tipo de acciones, lejos de formar parte de las acciones publicitarias de la empresa encuentran su marco y justificación en consideraciones estratégicas. Así mismo, el solo hecho de su práctica, no es muestra auténtica de una responsabilidad social empresarial.

Autorregulación de la conducta:

La autorregulación de la conducta, se refiere a cómo una empresa, ejerce control sobre sus propias respuestas para perseguir metas y vivir de acuerdo con normas. Estas respuestas incluyen pensamientos, hechos, impulsos, actuaciones, y otros

comportamientos. Las normas incluyen ideales, criterios morales, normas, objetivos de actuación, y las expectativas de otras entidades.

Diálogo y participación:

El dialogo es una conversación entre dos o más entidades (personas u organizaciones), mediante la que se intercambian información y se comunican pensamientos sentimientos y deseos. Puede ser oral o escrito. La participación se refiere a la acción y efecto de participar, es decir, podrá implicar la toma o recepción de parte de algo, compartir algo, dar noticia a alguien de algo.

Dimensión social del consumo:

En su dimensión social, se entiende que en el consumo participan tres actores (sociales) principales:

El sujeto-consumidor.

La empresa.

La sociedad.

La de sujeto-consumidor es una denominación que reemplaza a otras del tipo consumidor" (a secas), "comprador", "cliente", y tiene como finalidad significar un actor social que satisface sus necesidades básicas pero que también busca la satisfacción de sus deseos en la búsqueda de placer.

La empresa, dentro de una sociedad caracterizada como capitalista, posee intereses específicos asociados al logro de rentabilidad como forma de beneficio, sin embargo, su modelo de empresa le adhiere un sentido social sostenible particular.

La sociedad es una estructura compuesta por elementos constitutivos cuya dinámica se rige por determinadas normas. Sujeto-consumidor y empresa se conectan a través de un vínculo indisoluble y de mutua dependencia.

Gerenciamiento del impacto ambiental:

Se refiere al conjunto de diligencias conducentes al manejo integral del sistema ambiental. Dicho de otro modo e incluyendo el concepto de desarrollo sostenible o sustentable, es la estrategia mediante la cual se organizan las actividades antrópicas que afectan al medio ambiente, con el fin de lograr una adecuada calidad de vida, previniendo o mitigando los problemas ambientales.

Liderazgo social:

Es el arte de dirigir a un grupo de personas o comunidad hacia el logro de objetivos, tanto comunes como individuales, alcanzando un óptimo rendimiento a través del aprovechamiento de las competencias y capacidades de cada miembro de la comunidad, sin perder de vista las metas trazadas y fomentando siempre las relaciones interpersonales

Relaciones con la comunidad local:

Es la correspondencia o conexión entre la empresa con el grupo de personas que viven cerca de ella.

Relaciones transparentes con la sociedad:

Se dice del compromiso que adquiere una empresa hacia la sociedad, para legitimar la confianza, gracias a sus actos.

Respeto al individuo:

Es reconocer, apreciar y valorar a la persona propia, así como a los demás, y al entorno. Es establecer hasta dónde llegan las posibilidades de hacer o no hacer, como base de toda convivencia en sociedad. En el caso de las empresas, dicha

variable obedece a la cualidad de respetar a las personas, de acuerdo a sus principios y valores, establecidos como políticas de gobierno.

Responsabilidad con las generaciones futuras:

Las necesidades de las generaciones futuras son el fundamento del concepto de desarrollo sostenible y su definición podía ser expresada de la siguiente manera: Desarrollo que se corresponde con las necesidades de las presentes generaciones, sin comprometer las posibilidades de las futuras generaciones para responder adecuadamente a las suyas. De tal forma, la empresa debe comprometerse con el mejoramiento de la calidad ambiental, así como establecer los medios para educar y concientizar a los miembros de la sociedad.

Selección, evaluación y alianza con proveedores:

Establecer el método de selección, evaluación y control de proveedores basado en su capacidad de atender los requerimientos de compra de las empresas, entendiéndose como tal, el conjunto de acciones, procesos y procedimientos sistemáticos que apunten a elaborar y poner en marcha un programa de fortalecimiento y transparencia de la relación de la empresa con sus proveedores.

Trabajo decente:

El trabajo decente resume las aspiraciones de la gente durante su vida laboral. Significa contar con oportunidades de un trabajo que sea productivo y que produzca un ingreso digno, seguridad en el lugar de trabajo y protección social para las familias, mejores perspectivas de desarrollo personal e integración a la sociedad, libertad para que la gente exprese sus opiniones, organización y participación en las decisiones que afectan sus vidas, e igualdad de oportunidad y trato para todas las mujeres y hombres.

Para el caso de las empresas, el trabajo decente será una variable que permitirá reflejar la capacidad de la empresa, por brindar alternativas no precarias de empleo a la sociedad.

Transparencia política:

Es la capacidad de las empresas, de demostrar su apoyo a un partido político, de forma transparente para la sociedad, demostrando no solo sus aportes, sino también sus inclinaciones.

5.2. MARCO TEORICO

En este apartado se presenta el tema de Responsabilidad Social Empresarial, a través de diferentes conceptos relacionados y ligados a puntos clave que lo caracterizan y que hacen parte de él, como la ética empresarial, el capital social, los grupos de interés, la gestión ambiental, la norma que da base al enfoque y la importancia de su aplicación en las organizaciones.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en su proceso de crecimiento a nivel internacional, ha generado diversos puntos de vista sobre sus alcances e implicaciones, teniendo en cuenta que es un concepto que llevado a la práctica, incide de manera directa en la imagen de las organizaciones, por su impacto social, económico y ambiental y a su vez presenta un nuevo enfoque en la gestión empresarial, propiciando cambios con el objetivo fundamental de convertir la empresa en un motor de desarrollo económico, pero de manera ética y socialmente responsable.

A partir del planteamiento de las metas definidas en RSE, se pueden conocer sus grupos de interés, es por eso que con base en la definición de la Comisión Europea, en su Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad

social de las empresas, publicado en 2001, la Responsabilidad Social Empresarial la cual menciona que:

“...es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”... “Ser socialmente responsable no significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo “más” en el capital humano, el entorno y las relaciones con sus interlocutores”, (EMPRENDE PYME, 2008 - 2013)

Se pueden plantear dos fundamentos:

- La ejecución de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) por parte de las organizaciones, estará basada en principios éticos, de acuerdo a su interacción con las exigencias y requerimientos de la sociedad y el entorno, de manera voluntaria, en un marco de consenso y responsabilidades compartidas entre todos los actores.
- El establecimiento de estas relaciones, dará paso a la conformación de un mecanismo de apoyo para identificar necesidades, e impactos económicos, sociales y medioambientales, desarrollar las acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) e implementar estrategias para alcanzar el desarrollo sostenible.

La ética empresarial, además de tener una responsabilidad con el bien común, es un compromiso con el respeto permanente hacia todos sus grupos de interés, contribuyendo a afianzar la credibilidad y la confiabilidad de toda la sociedad en la empresa, enmarcada en principios de justicia y transparencia (Zuluaga, 2011). De la misma forma que con la gestión ambiental, a través de la ejecución de actividades y mecanismos, encaminados a garantizar la administración y uso

racional de los recursos naturales mediante la conservación, mejoramiento, rehabilitación del medio ambiente.

Es importante resaltar que con el objetivo de crear un modelo de gestión integral que ofreciera a las organizaciones orientación sobre la aplicación de la RSE, en el mes de julio de 2008, se lleva a cabo por parte de ICONTEC el lanzamiento oficial de la Guía Técnica Colombiana – GTC 180 de Responsabilidad Social, diseñada a partir de la conformación de un comité, en el que participaron más de 200 organizaciones con la finalidad de definir las directrices para establecer, implementar y mejorar de forma continua un enfoque de RS en la gestión de las organizaciones para ser socialmente responsables y brindar una orientación a las que quieran abordar el tema de manera voluntaria independiente de su tamaño, naturaleza o productos.

Posteriormente, en noviembre de 2010 es publicada la Norma Internacional ISO 26000, con el objetivo de constituirse como una potente herramienta para ayudar a las organizaciones a pasar de buenas intenciones sobre RS a las buenas acciones; diseñada a partir del resultado de un consenso internacional entre expertos representantes de los principales grupos de interés, que ofrece orientaciones sobre definiciones, principios y materiales fundamentales de RS, sin establecer requisitos para desarrollar un sistema de gestión, razón por la cual no es certificable (ICONTEC Internacional, 2011).

5.2.1. Guía Técnica Colombiana GTC 180.

La guía Técnica Colombiana GTC 180, ha sido desarrollada para apoyar los procesos de mejora continua en las empresas, basados en el ciclo PHVA (Planear, hacer, verificar y actuar)⁴, y en el caso particular de la responsabilidad

⁴ Siglas que representan a una herramienta para la Mejora Continua en las organizaciones y procesos.

social empresarial. Esta guía proporciona directrices para un enfoque de gestión socialmente responsable en las organizaciones y comparte principios comunes con otros sistemas e instrumentos de gestión (Icontec, 2008).

Por tanto, forma parte de una gestión voluntaria que va más allá del marco legal, que corresponde a una época en que las organizaciones y la comunidad internacional están adquiriendo una nueva comprensión de la importancia de crear un entorno equitativo y sostenible para el desarrollo y el bienestar de las personas.

El objeto de la guía, se resume en tres objetivos los cuales son:

- Establecer, implementar, mantener y mejorar en forma continua un enfoque de responsabilidad social en la gestión;
- Involucrar a las partes interesadas (stakeholders) en una gestión socialmente responsable
- Comunicar y evidenciar este enfoque ante las partes interesadas (stakeholders).

En base a lo anterior, esta guía le aporta al presente documento, la característica de encontrar las herramientas de medición y evaluación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), con el fin de establecer un plan de mejora continua al proceso de evaluación de las organizaciones, en materia de la revisión de los parámetros de RSE, es decir, que la aplicación de la presente evaluación no puede ser tomada como un hecho eventual, sino como un elemento que debe ser revisado periódicamente, según la consideración de la junta directiva de las organizaciones.

5.3. MARCO LEGAL

En cuanto a los acuerdos mundiales de la Responsabilidad Social Empresarial, se puede decir que más allá de las obligaciones legales, la RSE pide el compromiso de las personas y de las empresas; este compromiso debe traducirse en efectos internos y externos, que deben poder auditarse de manera imparcial(Pontificia Universidad Javeriana, 2010).

Dentro de los avances en materia internacional, que han terminado por orientar lo que es actualmente el marco legal para la Responsabilidad Social Empresarial, se encuentran los siguientes:

5.3.1. Foro de Davos

En 1973 propuso un “código de comportamiento ético para la gestión de empresas”, considerando que su función es servir a los consumidores, al trabajador, al capital y a la sociedad, con lo cual se logre el equilibrio.

5.3.2. Mesa redonda de Caux

La Mesa Redonda de Caux (CRT) es una red internacional de líderes empresariales con principios que trabajan para la promoción de un capitalismo moral(Pontificia Universidad Javeriana, 2010)(Caux, 2014).

Al nivel de las empresas, la Mesa Redonda de Caux defiende la implementación de los principios de la CRT para los negocios como la piedra angular del liderazgo empresarial basados en principios. Los principios de la CRT aplican normas éticas fundamentales para la toma de decisiones empresariales. Un proceso especialmente diseñado para la incorporación de los Principios de la CRT en la

cultura de una corporación está disponible para el uso de las empresas. La formación ética de las juntas directivas y nuevos planes de estudios éticos para las escuelas de negocios se están desarrollando.

Estos principios son:

- a) La responsabilidad de las empresas: más allá de los accionistas, hacia todas las personas involucradas en los negocios.
- b) El impacto social y económico de las empresas: hacia la innovación la justicia y la comunidad mundial.
- c) La conducta de las empresas: más allá de la letra de la ley, hacia un espíritu de confianza.
- d) Respeto por las reglas.
- e) Apoyo al comercio multilateral.
- f) Respeto por el medio ambiente.
- g) Prevención de operaciones ilícitas.
- h) Normas para los participantes del negocio: clientes, empleados, propietarios e inversionistas, proveedores, competencia, comunidad y gobierno.

Para promover mejores resultados para la globalización, la Mesa Redonda de Caux está trabajando para elevar el nivel de conciencia de los líderes empresariales, de los líderes de opinión y opinión de las élites de todo el mundo, acerca de las nuevas oportunidades para atacar la pobreza global. Estos incluyen cambios legales y regulatorios en los países en desarrollo que mejorarán el entorno para la inversión productiva del capital propio, extranjero y nacional. La Mesa Redonda de Caux está trabajando en alianza con los líderes empresariales globales, las instituciones internacionales y los responsables políticos, para mejorar las condiciones de inversión en determinados países en desarrollo, por lo que también sugiere ciertos principios para los gobiernos y la aprobación de las 12

normas fundamentales "mejores prácticas" para una gestión transparente de las instituciones financieras nacionales.

5.3.3. Declaración universal de los derechos humanos

Posterior a los desastres ocasionados por efecto de la segunda guerra mundial, a los derechos recogidos en anteriores generaciones, como los derechos civiles y políticos, resultado de la lucha de la burguesía frente al poder de los monarcas absolutos, y los derechos económicos y sociales, resultado de las luchas del movimiento obrero contra la burguesía, se incorporaban los conceptos de dignidad humana, derechos de la mujer, derecho a la educación, a la libertad de expresión(Mejia Saldarriaga & Sepulveda Ursula, 2007).

5.3.4. Declaración relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo

Adoptada en 1998, la Declaración compromete a los Estados Miembros a respetar y promover los principios y derechos comprendidos en cuatro categorías, hayan o no ratificado los convenios pertinentes. Estas categorías son: la libertad de asociación y la libertad sindical y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio, la abolición del trabajo infantil y la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación(Organizacion Internacional del Trabajo, 2014).

Es un instrumento promocional mediante el cual los mandantes de la OIT (gobiernos, empleadores y trabajadores) reafirman los principios fundamentales consagrados en la Constitución de la Organización(Mejia Saldarriaga & Sepulveda Ursula, 2007).

La Declaración establece claramente que estos derechos son universales y que se aplican a todas las personas en todos los países - independientemente del nivel de desarrollo económico. Menciona en particular a los grupos con necesidades especiales, tales como los desempleados y los trabajadores migrantes. Reconoce que el crecimiento económico por sí solo no es suficiente para asegurar la equidad y el progreso social y para erradicar la pobreza(Organizacion Internacional del Trabajo, 2014).

5.3.5. Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y política social

La Declaración Tripartita de los Principios relacionada con Empresas Internacionales (MNEs) y Política Social es el primer documento elaborado exitosamente y aplicable universalmente en el asunto de (MNEs). Fue adoptado por el Cuerpo Ejecutivo de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) en noviembre de 1977 (Mejia Saldarriaga & Sepulveda Ursula, 2007).

Los principios establecidos en este instrumento internacional ofrecen a las EMN, a los gobiernos, a los empleadores y a los trabajadores orientaciones en materia de empleo, formación, condiciones de trabajo y de vida y relaciones laborales. Refuerzan sus disposiciones ciertos convenios y recomendaciones internacionales del trabajo, a cuyo respecto se insta a los interlocutores sociales a que los tengan presentes y los apliquen en toda la medida de lo posible. La adopción en 1998 de la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo y su seguimiento hacía hincapié en la importancia de los convenios fundamentales para hacer realidad los objetivos de la OIT y, en consecuencia, la Declaración EMN tiene en cuenta los objetivos de la Declaración de 1998(Oficina Internacional del Trabajo, 2006).

5.3.6. Normas ISO

La Organización Internacional de Normalización, ISO, que nace luego de la segunda guerra mundial (fue creada en 1946), es el organismo encargado de promover el desarrollo de normas internacionales de fabricación, comercio y comunicación para todas las ramas industriales a excepción de la eléctrica y la electrónica. Su función principal es la de buscar la estandarización de normas de productos y seguridad para las empresas u organizaciones a nivel internacional (Mejía Saldarriaga & Sepulveda Ursula, 2007).

Existen diferentes normas ISO, cada una con un propósito referente, dentro de las más características están:

ISO 9000: conjunto de Normas Internacionales de Estandarización sobre Gestión y Aseguramiento de la Calidad, desarrollado para ayudar a las empresas a documentar efectivamente los elementos implementados para mantener un eficiente Sistema de Calidad.

Dentro de las cuales se encuentran:

- ISO 9000: Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario. Establece un punto de partida para comprender las normas y define los términos fundamentales utilizados en la familia de normas ISO 9000, que se necesitan para evitar malentendidos en su utilización.
- ISO 9001: Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos.
- ISO 9004: Sistemas de gestión de la calidad. Directrices para la mejora del desempeño.
- ISO 19011: Directrices para la auditoría ambiental y de la calidad.

ISO 14000 El objetivo de estas normas es facilitar a las empresas metodologías adecuadas para la implantación de un sistema de gestión ambiental, similares a las propuestas por la serie ISO 9000 para la gestión de la calidad.

ISO 26000 La Organización Internacional para la Normalización, ISO, desarrollo una Norma Internacional que provee una guía para la responsabilidad social.

5.3.7. Estándares internacionales

AA 1000 AccountAbility 1000 (AA1000) es un método de responsabilidad que pretende garantizar la calidad de las rendiciones de cuentas, evaluaciones y divulgación sobre aspectos sociales y éticos de la gestión empresarial. AA1000 es una norma de procedimiento, no un tipo de desempeño sustancial.

Social Accountability 8000 (SA8000) es una norma internacional para la responsabilidad social iniciada por CEPAA (Consejo de la Agencia para la Prioridad Económica) a fin de asegurar las normas para la producción ética de bienes y servicios. Esta es una norma voluntaria que puede aplicarse a cualquier organización o empresa en el campo industrial

OHSAS 18000 Durante el segundo semestre de 1999, fue publicada la normativa OHSAS18000, dando inicio así a la serie de normas internacionales relacionadas con el tema “Salud y Seguridad en el Trabajo”, que viene a complementar a la serie ISO 9.000 (calidad) e ISO 14.000 (Medio Ambiente).

Las normas OHSAS 18000 son una serie de estándares voluntarios internacionales relacionados con la gestión de seguridad y salud ocupacional.

Global Reporting Initiative (GRI) es un proceso internacional a largo plazo en el que han participado diversas partes interesadas, y cuya misión es elaborar y difundir la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad (“La Guía”).

Esta guía es para uso voluntario de las organizaciones que deseen informar sobre los aspectos económicos, ambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios, y su objetivo es el de apoyar a las organizaciones y a las partes interesadas, en la articulación y comprensión, de las contribuciones de las organizaciones que realizan informes de este tipo, al desarrollo sostenible (Mejia Saldarriaga & Sepulveda Ursula, 2007).

5.3.8. Constitución Política de Colombia

5.3.8.1. Artículo 58

El primer contacto de la Responsabilidad Social Empresarial en forma constitucional en Colombia, nació con la teoría de la función social la cual es un concepto de la escuela llamada “solidarismo” (Mejia Saldarriaga & Sepulveda Ursula, 2007), una concepción eminentemente burguesa tomada del teórico Europeo de la década de los años 20 en el siglo XX, la cual se terminó por incluir en la constitución de Colombia primero en la constitución de 1936 y luego en la Constitución de 1991 en el artículo 58 (Asamblea Nacional Constituyente, 1991).

Esta función social en el ámbito empresarial puede analizarse desde tres aspectos (Mejia Saldarriaga & Sepulveda Ursula, 2007), el primero de ellos se refiere a la maximización y optimización de los recursos de una empresa para explotar su objeto social al máximo y así favorecer no solo a los accionistas de una empresa y a quienes laboran en ella, sino también al Estado y los recursos que hacen parte de éste el segundo hace relación al papel que ha venido desempeñando el Estado, quien aparte de garantizar el derecho a la propiedad

privada, también ha extendido su control en las prácticas como abuso de posiciones dominantes en el mercado por parte de las empresas, desarticulación de Monopolios, y el fomento de la libre competencia, así lo manifiesta el artículo 333 de la Constitución Política de Colombia, y el tercero al deber moral de la empresa privada con la comunidad en general llegando a sectores donde el Gobierno aún no hace presencia y generando e implementando sistemas que se encarguen de la protección y recuperación de los recursos naturales.

ARTICULO 58. Modificado por el art. 1, Acto Legislativo No. 01 de 1999. el nuevo texto es el siguiente: Se garantizan la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores. Cuando de la aplicación de una ley expedida por motivos de utilidad pública o interés social, resultare en conflicto los derechos de los particulares con la necesidad por ella reconocida, el interés privado deberá ceder al interés público o social.

La propiedad es una función social que implica obligaciones. Como tal, le es inherente una función ecológica.

El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad. Por motivos de utilidad pública o interés social definidos por el legislador, podrá haber expropiación mediante sentencia judicial e indemnización previa. Este se fijará consultando los intereses de la comunidad y del afectado. En los casos que determine el legislador, dicha expropiación podrá adelantarse por vía administrativa, sujeta a posterior acción contenciosa-administrativa, incluso respecto del precio(Asamblea Nacional Constituyente, 1991).

5.3.8.2. Artículos 78 a 82

Es una de las funciones del Estado la inspección de la calidad de los productos, bienes y servicios que ofrece la empresa a la comunidad, el artículo 82 de la Carta Política consagra el deber del Estado de proteger el espacio público y la regulación del suelo en defensa del interés común, norma que se podría relacionar en un alto porcentaje de responsabilidad al sector industrial, pues en este se concentró gran parte de la contaminación y deterioro al espacio y medio ambiente (Mejia Saldarriaga & Sepulveda Ursula, 2007).

ARTICULO 78. La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.

Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.

ARTICULO 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo.

Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.

ARTICULO 80. El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución.

Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados.

Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en las zonas fronterizas.

ARTICULO 81. Queda prohibida la fabricación, importación, posesión y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, así como la introducción al territorio nacional de residuos nucleares y desechos tóxicos.

El Estado regulará el ingreso al país y la salida de él de los recursos genéticos, y su utilización, de acuerdo con el interés nacional.

ARTICULO 82. Es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular (Asamblea Nacional Constituyente, 1991).

6. ASPECTOS METODOLOGICOS

6.1. METODOLOGIA

Para la elaboración del presente trabajo de investigación, se decidió plantear un enfoque de tipo sistémico-analítico (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1997) ya que se pretende proporcionar una herramienta de medición y evaluación de la Responsabilidad Social Empresarial, a través del análisis de las categorías, variables e indicadores que se puedan encontrar y analítico ya que se encontrara la comparación entre las diferentes herramientas, sus categorías e indicadores a través del análisis crítico argumentado.

Así mismo un tipo de estudio escogido para el desarrollo del presente trabajo escrito es la investigación aplicada ya que permite crear nuevas propuestas a partir de los conocimientos adquiridos a través de la investigación estratégica. La información obtenida a través de ella ofrece oportunidades significativas para su difusión. (Malaga, Vera, & Oliveros Ramos, www.imarpe.pe, 2008). Este tipo de estudio se ha escogido, en función de las herramientas encontradas dentro de la literatura, para medir y evaluar la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas.

El método aplicado a la investigación será No experimental, ya que las variables no serán manipuladas ni controladas por la investigadora.

6.2. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

Se han establecido como fuentes primarias de información para este trabajo, los instructivos de cada una de las herramientas de medición y evaluación en materia de Responsabilidad Social Empresarial elaborados y publicados por el instituto Ethos y los indicadores GRI.

Dentro de las fuentes secundarias de información, se ha considerado investigar en textos, libros, artículos científicos, ensayos, y sitios web, que documenten casos de aplicación y experiencias relacionadas con el tema, con el fin de encontrar allí mecanismos de medición y evaluación que posteriormente serán dispuestos en un análisis comparado.

7. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR FARMACÉUTICO EN COLOMBIA Y SUS MECANISMOS DE MEDICIÓN Y EVALUACIÓN

7.1. RECORRIDO SOCIO HISTORICO POR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA

Un aspecto desconocido para muchos empresarios colombianos, tiene que ver con que el ejercicio de la Responsabilidad Social Empresarial en el país tiene más de 100 años de desarrollo. Para el país, y según el orden democrático y constitucional en el cual se basa su ejercicio del poder, se ha establecido que la empresa, como base de desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones, de tal forma, el libre desarrollo de la empresa en Colombia, debe estar en primera instancia alineado a la satisfacción de necesidades humanas y sociales, que deben considerar a la libertad, la igualdad y la solidaridad como principios fundamentales de su desarrollo (Cardenas Perez & Tolosa Romero, 2009).

El impacto del sentido de la RSE en el país, podría definirse tan antiguo como su desarrollo empresarial, el cual coincide con los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX hasta 1902 (Gomez Casablanca, 2011), cuya época se caracterizó por la guerra de los mil días, fruto de la agitación política que se vivía en la época.

Según el documento titulado “Pioneros de la responsabilidad social empresarial en Colombia” de Gómez Casablanca, menciona que de forma paralela al conflicto que atravesaba el país se inició un movimiento de industrialización que termino por conformar a la clase obrera y el sector empresarial y establecer relaciones humanas entre sí, que en primera instancia requerían que los patrones de la época, se preocuparan por capacitar a la mano de obra, la cual de forma general

provenía de orígenes campesinos. En esta época, con el papel de los patrones, nacieron también algunos de los líderes cívicos de las regiones, ya que de la mano con el papel de formación y capacitación, y el ejercicio práctico laboral según fuese la industria, se entendió que de la mano con el crecimiento económico, se presentaba la necesidad del crecimiento humano ligado al bienestar de los colaboradores y sus familias y por tanto el desarrollo de la sociedad en general.

De esta forma se puede entender que el fenómeno de la RSE en el país desde el inicio de la industrialización, se alinea a las consideraciones del Estado Social de Derecho, y la función social de la empresa (Cardenas Perez & Tolosa Romero, 2009), ya que la RSE es el conjunto de buenas prácticas que se desarrollan de manera voluntaria, y que no requieren del ordenamiento jurídico, ya que su interés es responsabilizarse por los grupos de interés internos y externos, enfocándose de manera principal en la dimensión económica, la social y la ambiental que le rodea.

7.1.1. Aproximación histórica y cronológica de la RSE en el país

El artículo titulado “Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social” (Correa Jaramillo, 2007) logra una aproximación histórica, acerca del fenómeno de la responsabilidad social empresarial y balance social en Colombia, el cual permite entender el desarrollo del fenómeno en el país, y discutir acerca de su futuro.

Un punto de partida para los modelos empresariales que dieron forma a la empresa responsable socialmente, surgió del nacimiento de las fundaciones, las cuales surgieron en Colombia en la década de 1960 siendo las cuatro más importantes la Fundación Codesarrollo, en Medellín fundada en 1960, Fundación Carvajal, en Cali fundada en 1962, Fundación Corona, en Medellín fundada en 1963 y la Fundación FES, en Cali fundada en el año de 1964.

Por otro lado, la primera aproximación de la RSE en cuanto a la discusión académica, se dio gracias al aporte de la Universidad del Valle en el año de 1965 a través del programa de Maestría en Administración donde se abrió un espacio para que conferencistas de reconocimiento internacional permitieran ilustrar acerca del concepto innovador y se abriera el espacio de debate entre la misma academia y los nuevos empresarios.

Para ilustrar adecuadamente la dinámica que se ha vivido en Colombia, antes del inicio del siglo XX, se puede observar el cuadro a continuación:

Cuadro 3. Recorrido histórico por la Responsabilidad social en Colombia

AÑO	EMPRESA	ORIGEN	DESCRIPCION
1977	FABRICATO	ANTIOQUIA	Desarrolla su primer balance social
	ENKA	ANTIOQUIA	Desarrolla su primer balance social
	Instituto Colombiano de Administración – Incolda	BOGOTA	Patrocinan la realización del estudio “Hacia un nuevo compromiso del empresario en Colombia” Enfocado en unificar criterios sobre el papel del empresario en el desarrollo del país
	Fundación de Estudios Sociales –FES	BOGOTA	
1979	Asociación Nacional de Industriales ANDI	MEDELLIN	Elaboración del primer modelo de balance social, basado en el modelo francés.
	Instituto Colombiano de Administración INCOLDA	BOGOTA	Dicta seminarios y estudia acerca de la función social del empresario. Se cuestiona acerca del interés meramente material/cuantitativo.
1981	Centro Colombiano de Relaciones Públicas CECORP	MEDELLIN	Congreso que llama la atención sobre temas referentes a lo que hoy se conoce como RSE, inversión social e interés publico.

1985	Asociación Nacional de Industriales ANDI	MEDELLIN	Elaboran el primer manual de Balance Social para Colombia, con el cual se propone una manera de evaluar la inversión social de las organizaciones y los frutos dados, estimulando a algunas grandes compañías a presentar el balance social junto con el balance financiero, al final de cada ejercicio.
	Organización Internacional del Trabajo –OIT	ONU	
1986	Cámara Junior de Colombia, capítulo Antioquia	ANTIOQUIA	Patrocinan la realización del estudio “Hacia un nuevo compromiso del empresario en Colombia” Enfocado en unificar criterios sobre el papel del empresario en el desarrollo del país
1987	Asociación Nacional de Industriales ANDI	MEDELLIN	Proponen un modelo de balance social, el cual consigna el cumplimiento y evaluación de la responsabilidad social empresarial. Se convierte entonces en un instrumento de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar tanto cualitativa como cuantitativamente la gestión social de una organización, frente a metas preestablecidas en un periodo determinado.
	Organización Internacional del Trabajo –OIT	ONU	
1991	Asamblea Constituyente	COLOMBIA	La Constitución Nacional de Colombia introduce el principio de función social de la propiedad, garantizando a los individuos el derecho a la propiedad privada, tratando de que esté al servicio de la sociedad.

1993	Asociación Nacional de Industriales ANDI	MEDELLIN	Se define el concepto de responsabilidad social empresarial de la siguiente manera: “La Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general” (Manual de Balance Social ANDI – OIT, 2001, p. 12).
	Asociación Nacional de Industriales ANDI	MEDELLIN	Se crea en la ANDI el Comité de Responsabilidad Social Empresarial
1994	Fundación Social y con el apoyo de la Fundación Interamericana (IAF)	BOGOTA / INTNAL	Surge el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial –CCRE-, organización no gubernamental sin ánimo de lucro cuya razón de ser se fundamenta en los procesos de divulgación, promoción, investigación, asesoría de empresas en temas relacionados con responsabilidad social empresarial y la ética de las organizaciones.

1995	Corporación Compartamos con Colombia	BOGOTA	Nace esta Corporación sin ánimo de lucro que busca tener impacto material, en tres frentes estratégicos: • Brindar apoyo institucional a un grupo selecto de entidades y proyectos sin ánimo de lucro para aumentar su viabilidad y efectividad. • Incrementar el flujo de donaciones privadas extranjeras hacia Colombia y apoyar su óptima utilización. • Servir de ejemplo para que empresarios y ejecutivos jóvenes adquieran un mayor compromiso social con Colombia.
1996	Fundación Entre todos	MEDELLIN	Tiene su fundamento en la unión de fundaciones empresariales de Medellín. Esta alianza ejecutiva, participa en proyectos de impacto y promueve la responsabilidad social en aras de la convivencia y el desarrollo en la ciudad.
SIGLO XXI			
2003	Caja de Compensación Familiar de Antioquia COMFAMA ICONTEC	ANTIOQUIA	Surge el Estado del Arte de la Responsabilidad Social. Este documento permite el conocimiento en forma más detallada de los instrumentos que hasta el momento existen para medir y evaluar la RSE, (43 en total), entre los cuales se encuentran normas, estándares, premios, y mejores prácticas, los cuales se convierten en un marco de referencia del trabajo que se está realizando en el ámbito internacional

2004	Comité Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial – CCRSE	COLOMBIA	Se crea este, el cual se convierte en una herramienta para la gestión empresarial que posibilite, a partir de sus resultados, la construcción y el fortalecimiento de las acciones de responsabilidad social que se desarrollan frente a cada uno de los grupos con los que interactúan las organizaciones.
------	---	----------	---

Fuente: Datos (Correa Jaramillo, 2007) Diseño propio.

Como se ha podido observar, Colombia da evidencias de un avance y desarrollo en cuanto al tema de la RSE, el resumen expuesto en el cuadro anterior se traduce en una extracción de los principales ejemplos de iniciativas, sin embargo se debe mencionar que existen algunas otras que surgen desde el carácter privado empresarial, los cuales se suceden a diario en el país, y por cuanto se pueden constituir en experiencias positivas en cuanto a este tema.

Algunas de estas iniciativas que han surgido desde la empresa privada, se han podido constituir como actividades pioneras en el campo de la RSE. El documento “Pioneros de la responsabilidad social empresarial en Colombia” (Gomez Casablanca, 2011) menciona un recorrido por empresarios, experiencias y aportes, que se han desarrollado desde el siglo XIX, y que se han caracterizado por alinearse adecuadamente a los principios de la RSE.

En el siguiente cuadro se exponen los principales aportes de empresarios en materia de RSE en el país, los cuales podría representar la actividad pionera en el tema:

Cuadro 4. Actividades Pioneras en materia de Responsabilidad social en Colombia

AÑO	EMPRESA	ORIGEN	ACTIVIDAD
1898	Compañía de Energía Eléctrica de Bogotá. Hermanos Samper Brush	Soacha	Suministrar energía eléctrica a los hogares y empresas capitalinos en medio de la guerra
			Capacitar a sus obreros primero para las labores de construcción y luego para operar la planta, la cual para esa época manejaba una tecnología de punta, por lo cual debieron establecer una escuela para capacitarlos.
			Iniciaron la escuela de El Charquito, “para dar educación gratuita y completa a los hijos de los trabajadores de la Energía
			Adicionalmente Uno de los hermanos, reunió a su alrededor un núcleo de médicos preocupados por organizar servicios médicos durante la guerra.
			Instalaron Ambulancias, que en su época eran hospitales rodantes.
			Dicho aporte fue el embrión de lo que hoy se conoce como la Cruz Roja Colombiana
			Fundaron cementos Samper, estableciendo escuelas nocturnas para sus empleados
1912	Cervecería Alemana Babarí	Bogotá	Los hermanos Vega empezaron a parcelar su predio en 916 lotes de unos 32 metros cuadrados cada uno, y a venderlos a quienes serían los fundadores del barrio.
			En marzo de 1912 los trabajadores de Babarí se organizaron para construir ese barrio que inicialmente se llamó la Unión Obrera y luego La Perseverancia.
			El costo promedio de los lotes era de 35 pesos, tenían una extensión de 4,30 metros de frente por 8 metros de fondo y su compra era formalizada con escritura y ante notario
1874	Laboratorio Román	Cartagena	Además de que el precio de los productos era bajo, las clases populares recibían atención médica gratuita y medicamentos en especial los niños, quienes eran atendidos personalmente por el dueño.
			El laboratorio funcionó también como escuela, donde los empleados aprendieron el arte de la química y la farmacia.
1907	Alejandro	Antioquia	Fundó Coltejer

	Echavarría Isaza		Impulso la primera compañía de luz eléctrica que tuvo Medellín
			Estableció en la capital antioqueña, el Hospital San Vicente de Paúl.
			Para entonces, el tradicional centro médico de la ciudad, el Hospital San Juan de Dios, se encontraba en un deplorable estado

Fuente: Datos (Gomez Casablanca, 2011) Diseño propio

De tal forma se puede decir que en el recorrido histórico por el desarrollo de la RSE en Colombia, no se ha logrado determinar el momento exacto en el cual se empezó a hablar del término, pero dentro de los autores y documentos consultados, coinciden en afirmar que esto se dio en la época de los años cincuenta y principio de los sesenta (Cardenas Perez & Tolosa Romero, 2009).

Se debe decir además que es en las últimas dos décadas del siglo XXI, el momento en el cual se abre con mucha más propiedad el debate acerca del término RSE, además que se expone más profundamente en los campos académicos donde se cubren áreas como derechos humanos, aspectos laborales y corrupción. El autor Juan Guillermo Correa (2007) menciona que el término responsabilidad social corporativa se utiliza frecuentemente en dos contextos diferentes: para describir lo que de hecho está haciendo la empresa y para describir lo que debería estar haciendo. Es decir, un enfoque descriptivo y uno normativo.

En conclusión se debe decir que la RSE en Colombia se ha desarrollado de forma muy distinta al proceso mundial (Cardenas Perez & Tolosa Romero, 2009), el proceso ha requerido de la unificación de hechos históricos, económicos y sociales, y el rastro histórico se puede encontrar en la literatura que trata de forma particular, cada movimiento emprendedor de los que hoy se reconocen como los grandes empresarios pioneros en el país.

7.2.LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA INDUSTRIA FARMACEUTICA

7.2.1. Análisis general del sector farmacéutico

Una base fundamental, que el grupo de trabajo ha considerado para poder avanzar en el conocimiento de la RSE al interior de la industria farmacéutica, es reconocer en primer lugar la situación actual del sector, para posteriormente, pasar a revisar cual es el estado de la RSE.

La estructura de este sector se caracteriza por una conducta monopolística (Alvarez, 2009), en ese sentido los datos de las cincuenta mayores empresas farmacéuticas a nivel global según el ranking de The Pharma Esec para el 2008 podrían ilustrar acerca de cuáles son las empresas más importantes de este sector en el mundo.

Cuadro 5. Indicadores de estructura del sector farmacéutico

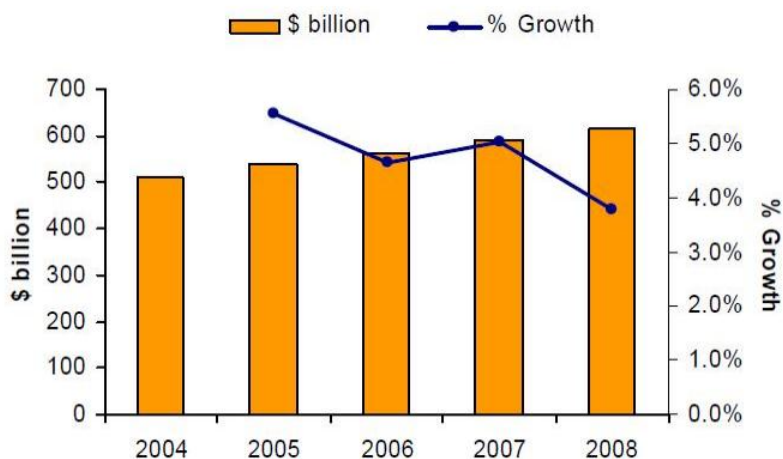
Ranking	Compañía	País	Ventas (2008)	Gasto en I+D	I+D/Ventas	Cuota	CR-I
1	Pfizer	EE.UU.	44,2	7,9	17,87%	7,91%	7,91%
2	GlaxoSmithKllne	Inglaterra	43,9	5,2	11,85%	7,85%	15,76%
3	Sanofi - Aventis	Francia	38,7	6,5	16,80%	6,92%	22,68%
4	Novartis	Suiza	36	7,2	20,00%	6,44%	29,12%
5	AstraZeneca	Inglaterra	31,6	5,1	16,14%	5,65%	34,78%
6	Johnson & Johnson	EE.UU.	24,6	5,1	20,73%	4,40%	39,18%
7	Merck	EE.UU.	23,6	4,8	20,34%	4,22%	43,40%
8	Roche	Suiza	21	7,2	34,29%	3,76%	47,16%
9	Eli Lilly	EE.UU.	19,3	3,8	19,69%	3,45%	50,61%
10	Wyeth	EE.UU.	19	3,4	17,89%	3,40%	54,01%
El resto			257,1	46,045	17,91%		
Total (10)			301,9	56,2	18,62%	54,01%	
Total (50)			559	102,245	18,29%	100,00%	

Fuente: (Alvarez, 2009)

La figura anterior, demuestra cual es el comportamiento de acuerdo con el poder del mercado, y en ella se puede observar como la suma de sus cuotas de mercado supera la mitad del sector. Esto ya indica una clara concentración empresarial.

Para seguir conociendo las características principales del sector, existen diferentes documentos que plantean un análisis del sector farmaceuta, dentro de los cuales se puede encontrar por ejemplo el informe titulado “Sector Farmacia” (Alcaldia Mayor de Bogota, 2010), donde se menciona que el mercado global farmacéutico presenta un comportamiento estable y creciente en términos de ingresos generados, en este sentido para el año 2008 se reporta un total de \$615.1 billones de dólares, aunque la tasa de crecimiento ha presentado un ligero descenso del 2007 al 2008 reduciéndose en un 1%.

Figura 1. Crecimiento del sector farmacéutico 2004-2008

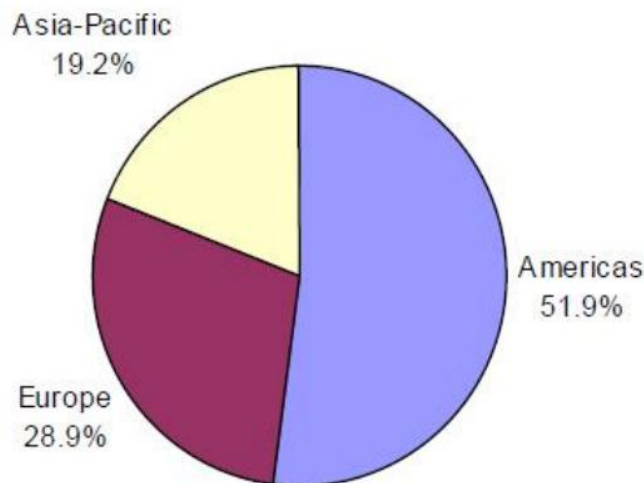


Fuente: (Alcaldia Mayor de Bogota, 2010)

En el mismo documento se menciona que de acuerdo a la región, el mercado farmacéutico de las Américas cuenta con gran parte del mercado global (51,9%), seguido por Europa con el 28,9% y Asia con el 19,2% (Figura 2), en este sentido los ingresos del Sector para las Américas en 2008 representan dos veces los ingresos en Europa, \$319,2 billones de dólares y \$177,6 billones respectivamente.

Sin embargo la velocidad de crecimiento anual ha sido ligeramente mayor en Europa que en las Américas con un 4,4 y 4,3% respectivamente (Alcaldia Mayor de Bogota, 2010).

Figura 2. Distribución del mercado global Farmacéutico



Fuente: (Alcaldia Mayor de Bogota, 2010)

Por otro lado, un informe titulado “Patentando la cura”(Consumers International, 2000) menciona que en 2005, el total de las ventas farmacéuticas mundiales creció un 7% en tipo de cambio constante hasta 602 mil millones de dólares USA.

7.2.2. RSE en el sector farmacéutico

El documento que lleva por título “Lecciones de responsabilidad Social Empresarial en la industria farmacéutica basada en investigación que opera en

Colombia y algunas recomendaciones” (Botero Carrera & Trujillo de Hart, 2008) menciona que las empresas interesadas en desarrollar acciones de RSE se enfrentan con el reto de encontrar lineamientos específicos que les permitan llevar a la práctica las múltiples teorías y conceptos, esta situación por supuesto involucra también a las empresas pertenecientes al sector farmacéutico. Al año 2014 existen algunas iniciativas que pueden ayudar a la industria farmacéutica multinacional basada en la investigación que opera en Colombia a lograr este objetivo, dentro de las cuales se encuentran la Norma SA 8000, Pacto Global y los Objetivos del Milenio de las Naciones Unidas y la norma ISO 26000.

La SA 8000 es una norma internacional para evaluar la responsabilidad social de proveedores y vendedores. La misma ofrece herramientas para evaluar las condiciones en los lugares de trabajo, incluyendo el trabajo infantil, la fuerza de trabajo, la seguridad y la salud ocupacional, la libertad de asociación, la discriminación, las prácticas disciplinarias, el horario de trabajo, las remuneraciones y las responsabilidades de la gerencia de mantener y mejorar las condiciones de trabajo (Botero Carrera & Trujillo de Hart, 2008).

Esta norma tiene dentro de sus objetivos más característicos:

- Garantizar todos los derechos a los que tienen acceso los trabajadores.
- Evitar la explotación de la niñez.
- Aplicar las normativas sobre los Derechos Humanos Internacionales existentes
- Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas y la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño de la ONU.

Para que las empresas accedan a la certificación, deben solicitarla a través de una de las agencias de certificación aprobadas por la Social Accountability International SAI. La agencia de certificación hace la inspección inicial y una vez el sitio de trabajo es certificado, la empresa es supervisada periódicamente para

asegurar que continúa cumpliendo con los requisitos del programa. La empresa productora por lo general paga los costos de la certificación, los cuales incluyen la inspección o auditoria, así como cualquier medida correctiva o preventiva que deba aplicarse para recibir la certificación(FAO, 2007).

En cuanto a la norma ISO 26000 según el informe titulado “ISO 26000 visión general del proyecto” (ISO, 2010), se debe decir que es una Norma internacional ISO que ofrece guía en RSE. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma les ayudará a las empresas, entre ellas las del sector farmacéutico, en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más. ISO 26000 contiene guías voluntarias, no requisitos, y por lo tanto no es para utilizar como una norma de certificación como la ISO 9001:2008 y la ISO 14001:2004(ISO, 2010).

Figura 3. Siete materias fundamentales de RSE según ISO 26000



Fuente: (ISO, 2010)

Así mismo los términos del Pacto Global de las Naciones Unidas tienen como finalidad que las empresas a nivel mundial se comprometan y participen activamente en la solución de las principales problemáticas sociales de los países en los que operan. Dicha iniciativa se conoce desde entonces como el “Global Compact” el cual está puesto en marcha desde el 26 de julio del 2000(Botero Carrera & Trujillo de Hart, 2008). Dentro de las empresas del sector farmacéutico que han considerado aplicar los términos del Pacto Global se encuentran Pfizer, Johnson & Johnson, Sanofi-Aventis, Novartis, Bayer, Wyeth, Glaxo Smith Kline y Merck.

Dentro de los temas que se consideran dentro del Pacto Global están:

- Derechos Humanos
- Estándares Laborales
- Medio Ambiente
- Anticorrupción

La mayoría de herramientas como GRI y ETHOS utilizadas para calificar la RSE utilizan estos acápites además de muchos otros para medir el comportamiento de las organizaciones en dicha área.

Finalmente se encuentran los Objetivos de Desarrollo del Milenio, los cuales mediante su firma en la declaración del milenio, permitieron legitimar el compromiso de los Estados en materia de paz y seguridad, derechos humanos, protección del entorno y atención especial a la pobreza. Con base en esa Declaración se concertaron los Objetivos de Desarrollo del Milenio, ODM, que incluyen ocho objetivos, 18 metas y más de 40 indicadores que deben hacerse realidad para el próximo año 2015(Botero Carrera & Trujillo de Hart, 2008).

Dentro de los objetivos propuestos mediante este acuerdo están:

- Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre
- Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal
- Objetivo 3: Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer
- Objetivo 4: Reducir la mortalidad infantil
- Objetivo 5: Mejorar la salud materna
- Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades
- Objetivo 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente
- Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

Como se ha podido observar, la RSE tiene unos precedentes que se manifiestan a través de acuerdos y marcos normativos los cuales han dado forma a muchos de los medios de medición y evaluación dentro de las organizaciones, y es por esto que entenderlos es importante para el entendimiento de la relación entre la RSE, los antecedentes y los medios de evaluación.

Al enfocarse en el sector farmacéutico se puede observar que prácticamente, todos los medicamentos que utilizan los pacientes llegan al mercado mediante la publicidad de un pequeño grupo de empresas farmacéuticas que tienen un enorme efecto sobre la salud mundial, esta situación ya se podría observar al plantear la característica de monopolio que ostenta el sector. Por lo cual diferentes autores han identificado a la promoción de medicamentos como una de las cuestiones prioritarias de la RSC (Consumers International, 2000).

No obstante, la información encontrada en la literatura revela que los mecanismos existentes para informar sobre RSE varían extremadamente entre las empresas del sector. Los códigos de conducta profesional no se ponen en práctica exhaustivamente ni se hacen cumplir, y la información que recibe el consumidor es incompleta o inaccesible.

El caso de la promoción de fármacos subraya una emergente crisis de licitud sobre el concepto de RSE. La información bibliográfica señala que si continúan las barreras a la información clara y verificable, el movimiento consumidor al igual que el de otros interesados, comenzará a perder fe en el debate sobre RSE. Tal posible resultado constituiría un gran obstáculo a la hora de entender el papel de la RSE en el contexto de la resolución de problemas mundiales clave, en particular en el sector de la sanidad(Consumers International, 2000).

De esta forma, la necesidad inminente de proponer mejoras substanciales en cuanto al estado del arte de la RSE en la empresa farmacéutica en el mundo y en Colombia. El documento “Lecciones de Responsabilidad Social Empresarial en la industria farmacéutica basada en investigación que opera en Colombia y algunas recomendaciones” (Botero Carrera & Trujillo de Hart, 2008) cita a algunos expertos en el tema, esperando recibir de ellos una orientación particular en cuanto al tema.

Roberto Gutiérrez Poveda, Director del IESO Iniciativa en Emprendimientos Sociales, propone una interacción entre la academia y la empresa con el fin de:

- Aumentar las capacidades de liderazgo, administración, gobernabilidad y empresariado en las empresas sociales.
- Promover la capacidad y compromiso de los líderes empresariales para contribuir a la sociedad a través de distintos emprendimientos sociales.
- Usar el conocimiento sobre las empresas sociales para contribuir a la solución de los problemas nacionales.
- Desarrollar nuevas propuestas docentes y fortalecer la capacidad y el interés universitario en temas relacionados con los emprendimientos sociales.

Todo con el objetivo general de buscar el equilibrio y la integración entre las dimensiones económicas y sociales de los emprendimientos, aportar a la viabilidad económica de los proyectos sociales y al adecuado impacto social de los proyectos lucrativos, considerando que el eje central de los emprendimientos sociales debe ser la generación de valor económico y social a la vez.

Como ejemplos de creación de valor social y económico en la industria farmacéutica, este autor referente, menciona los casos de Merck, One World Health en California, USA, Mi Farmacita en México y Cruz salud en Venezuela, en estos casos se aplica la premisa: cuando lo social hace parte de la estrategia del negocio la sinergia entre lo social y lo económico caracteriza a todas las actividades de la empresa. La ubicuidad de esta sinergia tiene mayor probabilidad de tener más impacto que los emprendimientos sociales que apenas hacen parte de un eslabón en la cadena de valor (Botero Carrera & Trujillo de Hart, 2008).

Javier Torres Velasco, Director del Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial – CCRE considera que la Responsabilidad Social Empresarial es la forma de gestionar una organización mediante la interacción y relación armónica con sus diferentes grupos de interés dando respuesta a sus expectativas financieras, sociales y ambientales de manera que se contribuya al desarrollo sostenible y a la creación de valor en todo el sistema.

Su afirmación más radical en este tema, es que considera que no existe una sola empresa que cumpla a cabalidad con la RSE en todas sus dimensiones: si bien algunas han hecho avances importantes en materia ambiental o de estándares laborales, aún no se han logrado integrar todos los componentes de la misma. De esta forma se podría suponer que el sector farmacéutico está en una etapa apenas exploratoria en el tema.

Precisamente en cuanto a este sector, el autor refiere que la industria farmacéutica en Colombia demuestra un desequilibrio entre las acciones emprendidas por las mismas a nivel global y lo que se observa a nivel doméstico. Concretamente, destaca los esfuerzos de RSE que han realizado en los últimos años las casas matrices de varias empresas, como Merck, Novartis y Johnson & Johnson. Sin embargo, considera que las acciones en esta materia que han emprendido las filiales de estas empresas en Colombia tienen un menor alcance.

En la experiencia del Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, la industria farmacéutica es la que menos participa en las convocatorias de RSE. En la encuesta del Centro realizada en el año 2006 que indagaba por la percepción de los encuestados sobre las empresas socialmente más responsables, ninguna empresa de la industria farmacéutica fue mencionada, revelando que las mismas no están en el Top of Mind de los empresarios (Botero Carrera & Trujillo de Hart, 2008).

De esta forma según las apreciaciones de este director, se debe decir que para que el futuro de la RSE en el sector Farmacéutico represente avances serios se debe:

- Hacer un balance de la experiencia de estas empresas en materia de RSE en Colombia.
- Con base en lo anterior, recomienda establecer una línea de base e identificar fortalezas y debilidades.
- Diseñar acciones de RSE en conjunto como gremio y adicionalmente, alinear las acciones individuales de cada empresa con la estrategia gremial general.

Como se puede observar, el camino en la carrera de alcanzar un lineamiento en materia de RSE por parte de las empresas del sector farmacéutico figura como una meta por alcanzar, de esta forma el grupo de estudiantes considera

conveniente adelantar investigaciones desde el ejercicio académico en el tema, para encontrar dentro del análisis las propuestas de solución.

8. MECANISMOS PARA MEDIR Y EVALUAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

8.1. GUÍA (Global Reporting, 2011) PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD.

El objeto de la Guía de Global Reporting, es alimentar una memoria de sostenibilidad que comprenda, la medición, divulgación y rendición de cuentas, frente a grupos de interés internos y externos en relación con el desempeño de la organización con respecto al objetivo del desarrollo sostenible. Se dice que el resultado de dicha guía, será proporcionar una imagen equilibrada y razonable del desempeño en materia de sostenibilidad por parte de la organización informante, e incluirá contribuciones positivas y/o negativas.

La guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad se compone de los principios y orientaciones para la elaboración de memorias, y de los indicadores de desempeño. El marco GRI⁵ sugiere ser aceptado como la herramienta de un informe del desempeño económico, ambiental y social de las organizaciones, sin importar su tamaño

Un limitante para la utilización de la herramienta del Global Reporting, es la necesidad de notificación de uso, lo cual sugiere que el resultado del análisis comparado, deba enviarse a sus bases de datos, para ser representado dentro de las memorias. De esta forma, se supone que la utilización de esta herramienta, supone la desventaja que representa una mala calificación en algún aspecto, y

⁵Global Reporting Initiative (GRI) es un proceso internacional a largo plazo en el que han participado diversas partes interesadas, y cuya misión es elaborar y difundir la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad ("La Guía").

que dicha información pueda estar al alcance de un organismo de vigilancia internacional, con el riesgo de ser publicado, y en segunda instancia, utilizarlo sin la debida aprobación de la organización, esto podría tener sanciones relacionadas con la utilización de propiedad intelectual sin autorización.

8.2. INDICADORES ETHOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Instituto Ethos, 2006)

Los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial representan un esfuerzo del Instituto Ethos de ofrecer a las empresas una herramienta que las auxilie en el proceso de profundización de su compromiso con la responsabilidad social y con el desarrollo sustentable. Estructurado en forma de cuestionario con tópicos relevantes para una gestión que, de hecho, contribuya al desarrollo socio ambiental, los Indicadores son un excelente instrumento de conciencia corporativa, aprendizaje y monitoreo de la responsabilidad social empresarial (RSE).

Dicho material fue diseñado para uso esencialmente interno, aunque su característica de libertad de uso, le ha permitido registrar experiencias interesantes de utilización de los Indicadores Ethos como una herramienta auxiliar en la gestión de proveedores. La motivación de esas empresas es la gestión de riesgos y oportunidades, así como fortalecer su comprometimiento con el movimiento de responsabilidad social empresarial y el desarrollo sustentable.

El documento Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial 1.0 es una publicación puesta a disposición por el instituto Ethos el cual comprende los indicadores del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial comunes a todos los países de la región que forman parte del programa y la adaptación a la realidad y contexto legal del Paraguay, de los Indicadores de

Responsabilidad Social Empresarial, publicados anualmente por el Instituto Ethos de Brasil (ADEC RSE, 2010) (Instituto Ethos, 2006).

Los Indicadores Ethos, son una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de las empresas que refieren a la incorporación de prácticas de responsabilidad social, al planeamiento estratégico, al monitoreo y desempeño general corporativo. Son un instrumento de autoevaluación y aprendizaje de uso esencialmente interno a la empresa (ADEC RSE, 2010) (Instituto Ethos, 2006).

Este manual, ha sido utilizado en otras organizaciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Latinoamérica, lo cual permite asegurar que han sido tratados, y brindan una herramienta sistematizadora que satisface el cumplimiento de los objetivos planteados en el presente trabajo escrito.

Estos indicadores, han sido formulados de modo tal que contemplan los aspectos comunes a la gestión de RSE en el contexto latinoamericano y comprenden el componente cuestionario referido a los indicadores en profundidad (ETAPAS) (ADEC RSE, 2010) (Instituto Ethos, 2006).

9. ANALISIS COMPARADO DE LOS MECANISMOS DE MEDICION

Considerando que una justificación de la elaboración del presente trabajo escrito, resulta de proponer a las empresas de la industria Farmacéutica una herramienta con la cual se logre medir de forma integral la Responsabilidad Social Empresarial, por cuanto se ha determinado analizar la metodología ETHOS (Instituto Ethos, 2006) y la metodología GRI(ADEC RSE, 2010)para definir cuál de las dos provee del suficiente grupo de indicadores por medio de un análisis comparado de las mismas, en vista que la utilización del formato GRI, requiere de aprobación por parte de los miembros del estudio y exige una autorización de la organización para su utilización, obligando también a que los resultados sean enviados a GRI para su publicación, se debe considerar estos puntos como trascendentales previos a la decisión.

De esta forma, se presenta el análisis comparativo entre la metodología base GRI y la propuesta de indicadores Ethos, de la cual se podría sugerir de forma preliminar, que contiene mucho más detalle, pero tal afirmación se debe comprobar con el siguiente cuadro comparativo:

Cuadro 6. Comparativo entre metodologías GRI y ETHOS

INDICADORES Y ASPECTOS CONTEMPLADOS EN GRI		INDICADORES Y ASPECTOS QUE LOS CUBREN EN ETHOS					
INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR					
DIMENSION ECONOMICA							
INDICADORES DEL DESEMPEÑO ECONOMICO	DESEMPEÑO ECONOMICO	COMPROMISOS ETICOS	GOBIERNO CORPORATIVO	GRUPOS DE INTERES	POLITICA DE REMUNERACION, PRESTACIONES Y CARRERA	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	
	PRESENCIA EN EL MERCADO	COMPROMISOS ETICOS	GOBIERNO CORPORATIVO	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
	IMPACTOS ECONOMICOS INDIRECTOS	COMPROMISOS ETICOS	GOBIERNO CORPORATIVO	POLITICA DE REMUNERACION, PRESTACIONES Y CARRERA	COMPROMISO CON EL DESARROLLO PROFESIONAL Y LA EMPLEABILIDAD	COMPROMISO CON EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

INDICADORES Y ASPECTOS CONTEMPLADOS EN GRI		INDICADORES Y ASPECTOS QUE LOS CUBREN EN ETHOS					
INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR					
DIMENSION AMBIENTAL							
INDICADORES DEL DESEMPEÑO AMBIENTAL	MATERIALES	COMPROMISOS ETICOS	COMPROMISO CON EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	EDUCACION Y CONCIENCIACION AMBIENTAL	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	CONOCIMIENTO Y GERENCIAMIENTO DE LOS DAÑOS POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	
	ENERGIA	COMPROMISOS ETICOS	COMPROMISO CON EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	EDUCACION Y CONCIENCIACION AMBIENTAL	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	CONOCIMIENTO Y GERENCIAMIENTO DE LOS DAÑOS POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	
	AGUA	COMPROMISOS ETICOS	COMPROMISO CON EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	EDUCACION Y CONCIENCIACION AMBIENTAL	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	CONOCIMIENTO Y GERENCIAMIENTO DE LOS DAÑOS POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	
	BIODIVERSIDAD	COMPROMISOS ETICOS	COMPROMISO CON EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	EDUCACION Y CONCIENCIACION AMBIENTAL	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	CONOCIMIENTO Y GERENCIAMIENTO DE LOS DAÑOS POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	
	EMISIONES VERTIDOS Y RESIDUOS	COMPROMISOS ETICOS	COMPROMISO CON EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	EDUCACION Y CONCIENCIACION AMBIENTAL	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	CONOCIMIENTO Y GERENCIAMIENTO DE LOS DAÑOS POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	
	PRODUCTOS Y SERVICIOS	COMPROMISOS ETICOS	COMPROMISO CON EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	EDUCACION Y CONCIENCIACION AMBIENTAL	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	CONOCIMIENTO Y GERENCIAMIENTO DE LOS DAÑOS POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	
	CUMPLIMIENTO NORMATIVO	COMPROMISOS ETICOS	COMPROMISO CON EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	EDUCACION Y CONCIENCIACION AMBIENTAL	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	CONOCIMIENTO Y GERENCIAMIENTO DE LOS DAÑOS POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	
	TRANSPORTE	COMPROMISOS ETICOS	COMPROMISO CON EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	EDUCACION Y CONCIENCIACION AMBIENTAL	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	CONOCIMIENTO Y GERENCIAMIENTO DE LOS DAÑOS POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	

INDICADORES Y ASPECTOS CONTEMPLADOS EN GRI		INDICADORES Y ASPECTOS QUE LOS CUBREN EN ETHOS									
INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR									
INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO	DIMENSION SOCIAL	COMPROMISOS ÉTICOS									
	EMPLEO	COMPROMISOS ÉTICOS	GOBIERNO CORPORATIVO	GESTIÓN PARTICIPATIVA	VALORACIÓN DE LA DIVERSIDAD	COMPROMISO CON LA NO DISCRIMINACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA EQUITAD RACIAL	POLÍTICA DE REMUNERACIÓN, PRESTACIONES Y CARRERA	CUIDADOS DE SALUD, SEGURIDAD Y CONDICIONES DE TRABAJO	COMPROMISO CON EL DESARROLLO PROFESIONAL Y LA EMPLEABILIDAD	SUSTENTABILIDAD DE LA ECONOMÍA FORESTAL	
	RELACIONES EMPRESA TRABAJADORES	COMPROMISOS ÉTICOS	GOBIERNO CORPORATIVO	GRUPOS DE INTERÉS	GESTIÓN PARTICIPATIVA	VALORACIÓN DE LA DIVERSIDAD	POLÍTICA DE REMUNERACIÓN, PRESTACIONES Y CARRERA	CUIDADOS DE SALUD, SEGURIDAD Y CONDICIONES DE TRABAJO	COMPROMISO CON EL DESARROLLO PROFESIONAL Y LA EMPLEABILIDAD	EDUCACIÓN Y CONCENCIÓN AMBIENTAL	SUSTENTABILIDAD DE LA ECONOMÍA FORESTAL
	SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	COMPROMISOS ÉTICOS	GOBIERNO CORPORATIVO	GESTIÓN PARTICIPATIVA	POLÍTICA DE REMUNERACIÓN, PRESTACIONES Y CARRERA	CUIDADOS DE SALUD, SEGURIDAD Y CONDICIONES DE TRABAJO	COMPROMISO CON EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	SUSTENTABILIDAD DE LA ECONOMÍA FORESTAL		
	FORMACIÓN Y EDUCACIÓN	COMPROMISOS ÉTICOS	COMPROMISO CON EL DESARROLLO PROFESIONAL Y LA EMPLEABILIDAD	EDUCACIÓN Y CONCENCIÓN AMBIENTAL	SUSTENTABILIDAD DE LA ECONOMÍA FORESTAL						
	DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	COMPROMISOS ÉTICOS	GRUPOS DE INTERÉS	GESTIÓN PARTICIPATIVA	VALORACIÓN DE LA DIVERSIDAD	POLÍTICA DE REMUNERACIÓN, PRESTACIONES Y CARRERA	COMPROMISO CON EL DESARROLLO PROFESIONAL Y LA EMPLEABILIDAD	SUSTENTABILIDAD DE LA ECONOMÍA FORESTAL	LIDERAZGO E INFLUENCIA SOCIAL		
	IGUALDAD DE DISTRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRÉS	COMPROMISOS ÉTICOS	GRUPOS DE INTERÉS	GESTIÓN PARTICIPATIVA	VALORACIÓN DE LA DIVERSIDAD	COMPROMISO CON LA NO DISCRIMINACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA EQUITAD RACIAL	COMPROMISO CON LA PROMOCIÓN DE LA EQUITAD DE GÉNERO	SUSTENTABILIDAD DE LA ECONOMÍA FORESTAL			

INDICADORES Y ASPECTOS CONTEMPLADOS EN GRI		INDICADORES Y ASPECTOS QUE LOS CUBREN EN ETHOS									
INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR									
INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS	PRACTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO	COMPROMISOS ÉTICOS	GOBIERNO CORPORATIVO	POLÍTICA DE REMUNERACIÓN, PRESTACIONES Y CARRERA	COMPROMISO CON EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	SUSTENTABILIDAD DE LA ECONOMÍA FORESTAL				
	NO DISCRIMINACIÓN	COMPROMISOS ÉTICOS	GOBIERNO CORPORATIVO	GRUPOS DE INTERÉS	VALORACIÓN DE LA DIVERSIDAD	COMPROMISO CON LA NO DISCRIMINACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA EQUITAD RACIAL	COMPROMISO CON LA PROMOCIÓN DE LA EQUITAD DE GÉNERO	POLÍTICA DE REMUNERACIÓN, PRESTACIONES Y CARRERA			
	LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS	COMPROMISOS ÉTICOS	GOBIERNO CORPORATIVO	GRUPOS DE INTERÉS	GESTIÓN PARTICIPATIVA	VALORACIÓN DE LA DIVERSIDAD	COMPROMISO CON LA NO DISCRIMINACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA EQUITAD RACIAL	LIDERAZGO E INFLUENCIA SOCIAL			
	PRACTICAS DE SEGURIDAD	COMPROMISOS ÉTICOS	GOBIERNO CORPORATIVO	CUIDADOS DE SALUD, SEGURIDAD Y CONDICIONES DE TRABAJO	COMPROMISO CON EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS					
	DERECHOS DE LOS INDÍGENAS	COMPROMISOS ÉTICOS	GOBIERNO CORPORATIVO	GRUPOS DE INTERÉS	GESTIÓN PARTICIPATIVA	VALORACIÓN DE LA DIVERSIDAD	COMPROMISO CON LA NO DISCRIMINACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA EQUITAD RACIAL	LIDERAZGO E INFLUENCIA SOCIAL			
	EVALUACIÓN	COMPROMISOS ÉTICOS	GOBIERNO CORPORATIVO	GESTIÓN PARTICIPATIVA	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS						
	MEDIDAS CORRECTIVAS	COMPROMISOS ÉTICOS	GOBIERNO CORPORATIVO	GESTIÓN PARTICIPATIVA	POLÍTICA DE REMUNERACIÓN, PRESTACIONES Y CARRERA	CUIDADOS DE SALUD, SEGURIDAD Y CONDICIONES DE TRABAJO	COMPROMISO CON EL DESARROLLO PROFESIONAL Y LA EMPLEABILIDAD	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS			

INDICADORES Y ASPECTOS CONTEMPLADOS EN GRI		INDICADORES Y ASPECTOS QUE LOS CUBREN EN ETHOS									
INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR									
INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE SOCIEDAD	COMUNIDADES LOCALES	COMPROMISOS ÉTICOS	GRUPOS DE INTERÉS	VALORACIÓN DE LA DIVERSIDAD	COMPROMISO CON LA NO DISCRIMINACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA EQUITAD RACIAL	COMPROMISO CON LA PROMOCIÓN DE LA EQUITAD DE GÉNERO	LIDERAZGO E INFLUENCIA SOCIAL				
	CORRUPCIÓN	COMPROMISOS ÉTICOS	GRUPOS DE INTERÉS	POLÍTICA DE REMUNERACIÓN, PRESTACIONES Y CARRERA	PRACTICAS ANTICORRUPCIÓN Y ANTICOIMA						
	POLÍTICA PÚBLICA	COMPROMISOS ÉTICOS									
	COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL	COMPROMISOS ÉTICOS	GRUPOS DE INTERÉS	RELACIONES CON LA COMPETENCIA	PRACTICAS ANTICORRUPCIÓN Y ANTICOIMA						
	CUMPLIMIENTO NORMATIVO	COMPROMISOS ÉTICOS	GRUPOS DE INTERÉS	COMPROMISO CON EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	CONOCIMIENTO Y GERENCIAMIENTO DE LOS DAÑOS POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					

INDICADORES Y ASPECTOS CONTEMPLADOS EN GRI		INDICADORES Y ASPECTOS QUE LOS CUBREN EN ETHOS					
INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR					
INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS	SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE	COMPROMISOS ETICOS	COMPROMISO CON EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
	ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	COMPROMISOS ETICOS	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	CONOCIMIENTO Y GERENCIAMIENTO DE LOS DAÑOS POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS			
	COMUNICACIONES DE MARKETING	COMPROMISOS ETICOS	GRUPOS DE INTERES	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	POLITICA DE COMUNICACIÓN COMERCIAL	LIDERAZGO E INFLUENCIA SOCIAL	
	PRIVACIDAD DEL CLIENTE	COMPROMISOS ETICOS	POLITICA DE COMUNICACIÓN COMERCIAL				
	CUMPLIMIENTO NORMATIVO	COMPROMISOS ETICOS	COMPROMISO CON EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD AMBIENTAL	GERENCIAMIENTO DE LOS IMPACTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	SUSTENTABILIDAD DE LA ECONOMIA FORESTAL	CONOCIMIENTO Y GERENCIAMIENTO DE LOS DAÑOS POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	

Al finalizar la revisión de los indicadores de ETHOS que cubren a los indicadores presentados por GRI, se puede observar que la metodología ETHOS, cubre favorablemente a cada uno de los indicadores establecidos en GRI, logrando afirmar que lo hace con un mayor nivel de detalle, se puede también asegurar que el planteamiento de indicadores de las dos metodologías tienen un alto porcentaje de similitud en cuanto a Aspectos, pero se sugiere un mayor detalle en Ethos que complementan cada uno de ellos.

Por otro lado, el análisis comparado de las dos herramientas para medir la Responsabilidad social empresarial, arroja que el modelo de indicadores ETHOS (ADEC RSE, 2010) (Instituto Ethos, 2006), contiene tal nivel de detalle, que incluye ciertos indicadores, que no son estudiados por el modelo GRI (Global Reporting, 2011). Este grupo de indicadores, que no aparece contemplado en su metodología, es el siguiente:

- RELACIONES CON LA COMPETENCIA
- RELACIONES CON SINDICATOS U OTRAS ASOCIACIONES DE EMPLEADOS
- COMPROMISO CON EL DESARROLLO INFANTIL
- RELACIONES CON TRABAJADORES TERCERIZADOS
- MINIMIZACION DE ENTRADAS Y SALIDAS DE INSUMOS
- CRITERIOS DE SELECCIÓN Y EVALUACION DE PROVEEDORES
- TRABAJO INFANTIL EN LA CADENA PRODUCTIVA
- TRABAJO FORZADO EN LA CADENA PRODUCTIVA
- APOYO AL DESARROLLO DE PROVEEDORES
- GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO DE LA EMPRESA EN LA COMUNIDAD DE ENTORNO
- RELACIONES CON ORGANIZACIONES LOCALES
- FINANCIAMIENTO DE LA ACCION SOCIAL
- INVOLUCRAMIENTO CON LA ACCION SOCIAL
- CONTRIBUCIONES PARA CAMPAÑAS POLITICAS
- CONSTRUCCION DE LA CIUDADANIA POR LAS EMPRESAS
- PARTICIPACION EN PROYECTOS SOCIALES GUBERNAMENTALES

De esta forma, se puede confirmar como válida, la aplicación de la metodología de indicadores ETHOS, en empresas de la industria Farmacéutica. Es válido aclarar que el planteamiento de la encuesta de indicadores, no resulta de una combinación de las dos herramientas, sino de la revisión de una mejor metodología, a la planteada inicialmente.

10. MEDICION DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN UNA EMPRESA FARMACEUTICA

10.1. EMPRESA OBJETO DE ESTUDIO (DROSERVICIO)

RESEÑA HISTORICA

DROSERVICIO inicia operaciones en la ciudad de Santiago de Cali, según escritura pública el 7 de mayo de 1990. Su objetivo inicial fue convertirse en un canal de distribución al por mayor de los principales laboratorios farmacéuticos nacionales y multinacionales, propósito que se consiguió y se mantiene en la actualidad.

MISIÓN

Actuamos como operadores logísticos y canal de distribución de medicamentos e insumos para la salud y el cuidado personal, destacándonos por la calidad del servicio al cliente, el compromiso del equipo humano, generando crecimiento económico y aporte social, cumpliendo con las normas legales vigentes.

Soportamos nuestros procesos con operaciones flexibles y sistemas de información confiables.

VISIÓN

Ser reconocidos en nuestra área de influencia como la primera opción en operación logística en el sector de la salud por brindar soluciones integrales confiables a nuestros clientes, bienestar a nuestro talento humano y rentabilidad en nuestras operaciones.

OBJETIVOS DE CALIDAD

- Fortalecer la relación cliente-empresa.
- Fortalecer la cadena de abastecimiento.

- Optimizar los tiempos de entrega de prestación del servicio.
- Disminuir y dar respuesta oportuna a las quejas y reclamos de nuestros clientes en busca de su satisfacción.
- Implementar, mantener y mejorar continuamente el sistema de gestión de calidad.
- Incrementar la rentabilidad de la organización.

MISIÓN GESTION HUMANA

El área de Gestión Humana de DROSERVICIO tiene como Misión apoyar el recurso humano, buscando encontrar colaboradores apasionados por pertenecer a la familia DROSERVICIO teniendo en cuenta el factor motivacional, bienestar social e integral de todos los colaboradores, logrando un excelente clima organizacional, orientando y apoyando a los líderes de los equipos de trabajo en procurar obtener una mayor productividad que esté presente en el cumplimiento de los objetivos de la organización.

QUE HACEMOS?

Dispensamos medicamentos y dispositivos médicos para aproximadamente 3 millones de personas aseguradas por POSITIVA compañía de Seguros.

CON QUIEN LO HACEMOS?

- Con 16 droguerías propias de Droservicio Ltda ubicadas en 11 ciudades del país.
- Con 245 droguerías contratadas en todo el territorio nacional.
- Con el respaldo de todas las áreas de la organización DROSERVICIO LTDA.

10.2. EVALUACION DE RSE EN DROSERVICIO

Con el fin de aplicar un método de medición de la responsabilidad social en una empresa del sector farmacéutico, el grupo de trabajo realizó una encuesta que permitiera adaptarse al estado actual de la empresa objeto de estudio.

En su caso particular el cual es semejante al de muchas de las empresas colombianas y del mundo, hasta el momento no se ha establecido un mecanismo por medio del cual se logre evaluar y controlar las acciones que legitimen sus avances en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

En un primer avance se le hizo entrega de los modelos de indicadores GRI y ETHOS a la empresa, pero se pudo observar que la mayoría de las repuestas a los cuestionarios, dependía de un primer punto de partida que proceda de tres hechos, el primero, el reconocimiento conceptual de la RSE, el segundo la conciencia de asumir una postura de prácticas con respecto a la RSE y el tercero, el establecimiento de medidas de control que permitan en periodos de tiempo determinados, medir los avances en la materia, hasta el momento de forma exploratoria solo se puede decir que en la empresa se cumple el primer hecho..

De esta forma se entendió que un punto crucial para las empresas del sector farmacéutico, además de proponerles un método de control y evaluación en indicadores de RSE, es demostrar un método para establecer su estado actual, y esto se logra a través de una autoevaluación.

Como hasta el momento los dos modelos más importantes de evaluación y control de RSE no funcionan como los ideales para sentar un punto de partida a la situación actual de la empresa y se logra determinar la necesidad de la autoevaluación, el grupo de trabajo acude al “Manual de Autoevaluación Deres” el cual se propone facilitar a las empresas un método para realizar una mirada introspectiva sobre su

propio desempeño en las distintas áreas de la RSE. Pretende responder a la pregunta ¿cuál es el grado de desarrollo que la empresa tiene en cuanto a la RSE?(DERES, 2004)

El modelo DERES tiene como objetivo sembrar la inquietud en las empresas llevándolas a reconocer su estado en RSE y que de este proceso surjan metas objetivos fijados con el fin de llevar a cumplir con las áreas que se encuentren en mayor desventaja dentro de la materia de acuerdo con sus propios tiempos disponibles y sus aspectos de cultura organizacional.

El modelo de Autoevaluación se desarrolla con base en cinco áreas de la RSE que se pueden considerar como bases de los indicadores establecidos en el capítulo anterior. Estas áreas son las siguientes:

- Valores y Principios Éticos
- Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo
- Apoyo a la Comunidad
- Protección del Medio Ambiente
- Marketing Responsable

Para responder este modelo de Autoevaluación en cada una de las áreas se establecen afirmaciones referidas a acciones y políticas de la empresa. Para responder, a la derecha se dispone de una grilla numerada. El rango es Si siempre, A veces, No nunca, No corresponde o no es aplicable a nuestro caso.

En algunos ítems se hacen consultas que pueden implicar generar un porcentaje, una cifra u otra información. Estos datos son para manejo interno de la empresa considerando que la averiguación de los mismos puede servir para visualizar mejor alguna situación determinada.

Una vez contestado el cuestionario de cada Área, se deberá calcular el promedio del mismo el cual se obtiene sumando el puntaje total de acuerdo a los siguientes valores: Si Siempre = 3, A veces = 2, No Nunca = 1, N/C No corresponde = No tiene Valor.

Figura 4. Ejemplo de valoración de respuestas

3	<i>Si (siempre)</i>
2	<i>A veces</i>
1	<i>No (nunca)</i>
N/C	<i>No corresponde, no es aplicable para nuestro caso</i>

Fuente: DERES. (2004). *Manual de Autoevaluación de RSE*. Uruguay: DERES.

El modelo de autoevaluación de RSE basado en el modelo DERES fue aplicado dentro de la empresa objeto de estudio, buscando identificar de forma exploratoria, el conjunto de fortalezas y debilidades que son necesarias para el establecimiento de metas y objetivos de RSE al interior de la organización. En adelante se conocerán los resultados en cada una de las áreas revisadas.

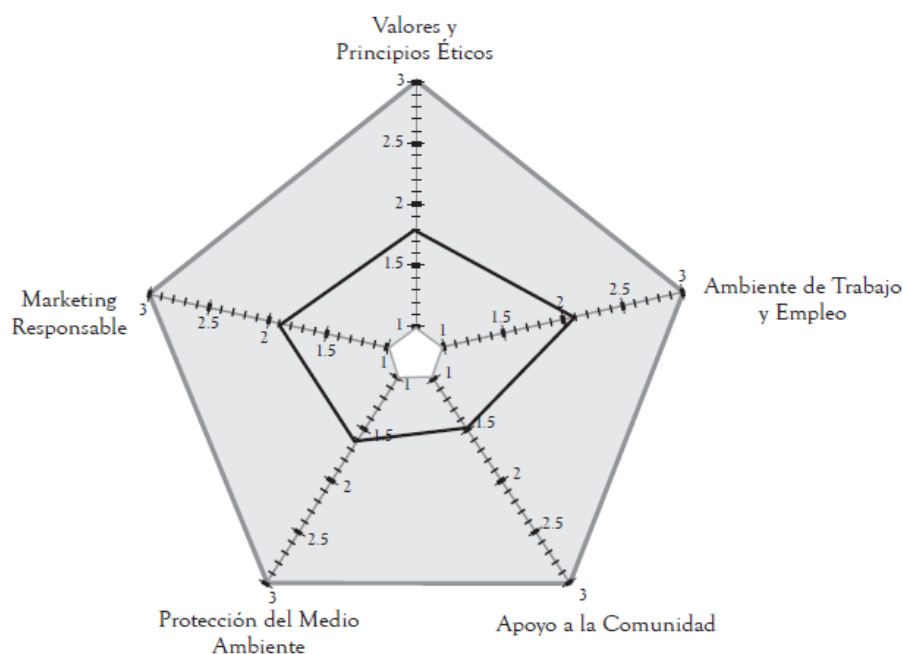
Una vez contestado el cuestionario de cada Área, se deberá calcular el promedio del mismo el cual se obtiene sumando el puntaje total de acuerdo a la opción (3, 2 ó 1) marcada en cada pregunta dividiéndolo entre la cantidad de preguntas efectivamente respondidas (No se deben tener en cuenta las que fueron contestadas N/C).

Los Promedios obtenidos en cada una de las Áreas deberán ser trasladados a los distintos ejes del Pentágono ilustrado, lo que permitirá visualizar su resultado en forma individual (por Área).(DERES, 2004)

La figura resultante de unir los puntos ya marcados, pretende ilustrar la situación global de la empresa en términos de RSE: cuanto más se acerca la figura obtenida al pentágono mayor indica un mayor desarrollo de la RSE de la empresa.

Figura 5. Ejemplo visualización de resultados

Área	Suma Total	Respuestas Válidas	TOTAL
Valores y Principios Éticos	31	17	1,80
Ambiente de Trabajo y Empleo	50	24	2,10
Apoyo a la Comunidad	18	12	1,50
Protección del Medio Ambiente	18	11	1,65
Marketing Responsable	24	13	1,90



Fuente: DERES. (2004). *Manual de Autoevaluación de RSE*. Uruguay: DERES.

10.3. VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS

En cuanto a la misión y visión de la empresa objeto de estudio, se puede decir que esta las tiene claramente explicitadas y las mismas incluyen consideraciones sobre la Responsabilidad Social Empresarial. En su diseño participaron diferentes

niveles de la empresa que se incluyeron a actores externos como proveedores, clientes y la comunidad circundante a la sede principal de la misma.

Aunque la misión y visión son difundidas públicamente, hay un factor que se debe mejorar y es al respecto de revisión periódica.

En cuanto a los códigos de ética de la empresa, se puede decir que este es visualizado y refrendado por todos los empleados. La organización educa en valores y códigos de ética regularmente y durante los periodos de reclutamiento de personal nuevo con lo cual se puede concluir que existen unos parámetros establecidos con respecto a la aplicación de principios éticos.

En relación a procedimientos, la empresa ha mencionado que se han presentado casos donde una conducta no ética les ha llevado a cancelar relaciones con proveedores y posibles contratos, gracias a que posee medidas para controlar prácticas corruptas. En sus lineamientos la empresa sanciona situaciones de acoso y discriminación bien sea por raza, sexo o religión o cualquier otro.

La empresa cumple con los marcos legales en relación a seguridad social, se alinea al desarrollo corporativo y de nación pero no redacta memorias anuales ni hace menciones sobre hechos de RSE.

10.4. CONDICIONES DE AMBIENTE DE TRABAJO Y EMPLEO

Pasando a condiciones de trabajo, en cuanto a accidentes de trabajo, la empresa posee un programa de prevención, se preocupa por mejorar las condiciones de trabajo, asigna presupuesto para ello, capacita anualmente en salud y seguridad, pero no ha desarrollado beneficios adicionales a estos para trabajadores y sus familiares, ni otorga beneficios en caso de embarazos.

Aunque existe una política de dar trabajo a discapacitados, los datos de contratados son cero, también aplican políticas de empleo a jóvenes y mujeres, así como se promueven los cargos gerenciales en estas últimas.

La empresa es transparente en su información, en cuanto a finanzas, producción y objetivos estratégicos, sin embargo no permite la libertad de asociación mencionando que en este ítem no aplica pero fomenta la expresión de los trabajadores.

La empresa aplica incentivos con respecto a las metas alcanzadas, consideran al empleado al momento de su despido por medio de un plan de apoyo, aunque la empresa mantiene una política de retención buscando que esto suceda lo menos frecuente posible. La empresa incluye a la familia del colaborador en actividades sociales y apoyo especial.

Finalmente se debe decir que la empresa se ha preocupado por desarrollar estrategias para medir la percepción y evaluación interna, al respecto de clima laboral y desempeño general.

10.5. APOYO A LA COMUNIDAD

Pasando al tema del apoyo a la comunidad, se puede decir que existen políticas trazadas, programas de apoyo propio y por medio de alianzas, promueve el desarrollo de la microempresa y establece espacios para que los estudiantes de últimos semestres desarrollen actividades de pasantía.

La empresa no destina recursos para apoyar programas comunitarios, aunque participan de forma física en actividades de apoyo a la vez que poseen programas de voluntariado corporativo en su línea de gerencia y en la línea de voluntariado

comunitario, estableciendo medios y canales de información efectivos e involucrando a proveedores en estos programas.

10.6. PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

En cuanto a la protección del medio ambiente, la empresa dispone de procesos orientados a la preservación del medioambiente, aunque no capacita al respecto, ni realiza alianzas con terceros ni incluye a sus proveedores.

La empresa realiza actividades de reciclaje se compromete con la liberación de gases nocivos a la atmosfera, así como procura disminuir el consumo de productos tóxicos, y promueve la reducción de consumo de energía y agua y un correcto manejo estratégico de residuos.

Aun con esto, a la empresa le falta establecer sistemas de reciclaje en diferentes aspectos, y el uso de combustibles contaminantes. La empresa no tiene medios para denunciar agresiones al medio ambiente, aunque si dispone de controles ambientales propios de su proceso productivo.

10.7. MARKETING RESPONSABLE

En relación al tema del ejercicio de marketing responsable, se debe decir que la empresa ha implementado un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes, considera la opinión de sus clientes en sus productos y servicios, realiza actividades de capacitación en atención al cliente y los resultados de la percepción de los clientes al respecto del servicio, es compartida con todo el grupo de empleados. Sin embargo, en la empresa se carece de una persona que maneje y se apropie del tema.

La empresa demuestra agilidad y seguimiento al tema de los reclamos de los clientes finales, aunque carece de una revisión en cuanto a manejo de proveedores.

Aunque busca perfeccionar continuamente sus productos para adaptarse a las necesidades de los clientes, este perfeccionamiento no se considera en base a los requerimientos, por lo cual podría haber un punto importante a corregir en los procesos de mejoramiento.

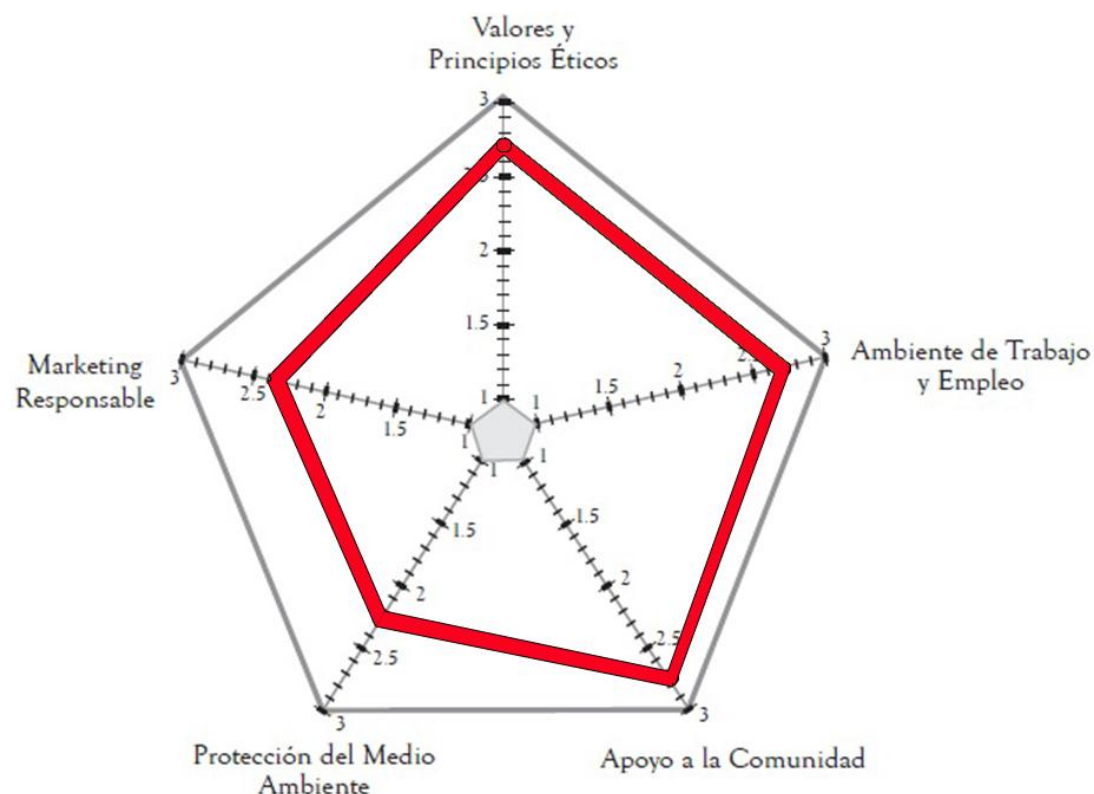
La empresa informa de manera transparente acerca de los riesgos que podrían ocasionar los productos farmacéuticos comercializados así como sus precios y condiciones de transacción de acuerdo a los principios éticos aunque no examina continuamente las campañas de publicidad para verificar que se encuentran alineadas con los valores de la empresa.

10.8. RESULTADOS

Finalmente, se puede decir que el resultado de la autoevaluación de la empresa en materia de responsabilidad social empresarial es el siguiente:

Figura 6. Resultados RSE Droservicio

Área	Suma Total
Valores y Principios Éticos	2.70
Ambiente de Trabajo y Empleo	2.70
Apoyo a la Comunidad	2.75
Protección del Medio Ambiente	2.28
Marketing Responsable	2.35



Fuente: Los autores

Como conclusión se puede decir que la empresa se encuentra en un nivel general bueno con respecto a la Responsabilidad Social empresarial, sin embargo se recomienda repetir la encuesta de autoevaluación desde su propia administración, argumentando y justificando con evidencias documentales cada uno de los procesos, ya que el éxito del paso a seguir en relación a establecimiento de metas y control y evaluación por medio de indicadores GRI o Ethos, será el reconocimiento de la situación actual bajo una mirada objetiva.

Muchas de las preguntas que requerían datos definitivos productos de los registros y/o actividades anteriores, no lograron ser contestadas por la empresa, esto demuestra que la aplicación de los modelos de autoevaluación debe su éxito a respuestas con precisión y respaldo argumentativo.

11. CONCLUSIONES

Al finalizar el presente documento monográfico se puede concluir que:

Se logró realizar un recorrido socio histórico por la responsabilidad social empresarial en Colombia, de donde se halló que la RSE cumple aproximadamente más de 100 años de desarrollo.

Se pudo acceder a documentos que recopilaban hechos característicos de la RSE y en los cuales se logró legitimar que RSE resulta alineada a los principios del Estado Social de Derecho.

Dentro de las empresas que podrían considerarse pioneras de la RSE en el país, se pueden citar a las fundaciones, las cuales surgieron en Colombia en la década de 1960 siendo las cuatro más importantes la Fundación Codesarrollo, en Medellín fundada en 1960, Fundación Carvajal, en Cali fundada en 1962, Fundación Corona, en Medellín fundada en 1963 y la Fundación FES, en Cali fundada en el año de 1964.

Se logró finalmente hacer un recorrido cronológico por las acciones más representativas de RSE previas al siglo XX con lo cual se pudo establecer un contexto amplio acerca de su desarrollo.

Posteriormente se ha realizado un análisis general de la responsabilidad social empresarial en la industria farmacéutica de donde se podría rescatar que la aplicación de RSE en este sector es una de las más controversiales, ya que en su desarrollo comercial se encuentra hallar un mercado para el consumo de medicamentos, por cuanto una premisa de su subsistencia es que las enfermedades y dolencias de la humanidad, permanezcan, de lo contrario el sector desaparecería.

De tal forma los principales objetivos de RSE que vinculan al sector podrían ser: garantizar todos los derechos a los que tienen acceso los trabajadores, evitar la explotación de la niñez, aplicar las normativas sobre los Derechos Humanos internacionales existentes.

Dentro de los mecanismos para medir y evaluar la responsabilidad social empresarial se pudieron hallar los dos más representativos, los indicadores GRI de la Global Reporting y los indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial del Instituto Ethos.

Se pudo conocer que el objeto de la Guía de Global Reporting, es alimentar una memoria de sostenibilidad que comprenda, la medición, divulgación y rendición de cuentas, frente a grupos de interés internos y externos en relación con el desempeño de la organización con respecto al objetivo del desarrollo sostenible, mientras que los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial ofrecen a las empresas una herramienta que las auxilie en el proceso de profundización de su comprometimiento con la responsabilidad social y con el desarrollo sustentable por medio de un cuestionario con tópicos relevantes al tema de responsabilidad social empresarial.

Se logro realizar un análisis comparado de los mecanismos de medición citados anteriormente, de esto se pudo concluir que la metodología ETHOS, cubre favorablemente a cada uno de los indicadores establecidos en GRI, logrando afirmar que lo hace con un mayor nivel de detalle, se puede también asegurar que el planteamiento de indicadores de las dos metodologías tienen un alto porcentaje de similitud en cuanto a Aspectos, pero se sugiere un mayor detalle en Ethos que complementan cada uno de ellos.

Adicionalmente se revisó los mecanismos de medición de responsabilidad social en una empresa farmacéutica que funge como objeto de estudio de la aplicación práctica de la propuesta de investigación, en este ejercicio se puede concluir que la empresa se encuentra en un nivel general bueno con respecto a la Responsabilidad Social empresarial, sin embargo se recomienda repetir la encuesta de autoevaluación desde su propia administración, argumentando y justificando con evidencias documentales cada uno de los procesos, ya que el éxito del paso a seguir en relación a establecimiento de metas y control y evaluación por medio de indicadores GRI o Ethos, será el reconocimiento de la situación actual bajo una mirada objetiva.

De esta revisión se pudo hallar que muchas de las preguntas que requerían datos definitivos productos de los registros y/o actividades anteriores, no lograron ser contestadas por la empresa, esto demuestra que la aplicación de los modelos de autoevaluación debe su éxito a respuestas con precisión y respaldo argumentativo.

12.RECOMENDACIONES

Con los resultados del presente documento se debe recomendar que en documentos de investigación que planteen investigaciones similares, es necesario consultar los mecanismos de recolección de información actualizados, con nuevos indicadores y preguntas.

Se recomienda también que al elegir empresas de determinado sector se pueda confirmar el acceso a la información necesaria para responder a cada una de las preguntas propuestas. La respuesta de los formularios es vital para el acceso a una evaluación aproximada a la realidad del estado en materia de RSE.

13. BIBLIOGRAFIA

ADEC RSE. (2010). *Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial. Guía de Auto aplicación. Version 1.0*. Asuncion: ADEC RSE.

Alcaldía Mayor de Bogota. (2010). *Sector Farmacia*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2014, de <http://ubikate.gov.co/sites/default/files/pdfs/farmacia.pdf>

Alvarez, I. (2009). *Analisis Economico del sector farmaceutico*.

Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitucion Politica de Colombia*. Recuperado el 17 de Junio de 2014, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125>

Botero Carrera, M. B., & Trujillo de Hart, J. C. (2008). *Lecciones de Responsabilidad Social Empresarial en la industria farmaceutica basada en investigacion que opera en Colombia y algunas recomendaciones*. Bogota: Universidad de los Andes.

Botero Carrera, M. B., & Trujillo de Hart, J. C. (2008). *Lecciones de Responsabilidad Social Empresarial en la industria farmacéutica basada en investigación que opera en Colombia y algunas recomendaciones*. Bogota: Universidad de los Andes.

Cardenas Perez, A. P., & Tolosa Romero, M. F. (2009). *La responsabilidad social empresarial en Colombia: Una perspectiva historica a partir del ambito mundial*. Chia: Universidad de la Sabana.

Caux. (2014). *Mesa Redonda de Caux*. Recuperado el 17 de Junio de 2014, de <https://www.iofc.org/es/mesa-redonda-de-caux>

Consumers International. (2000). *Patentando la cura*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2014, de

[http://www.consumersinternational.org/media/303934/branding%20the%20cure%20-%20executive%20summary%20\(pdf%20spanish\).pdf](http://www.consumersinternational.org/media/303934/branding%20the%20cure%20-%20executive%20summary%20(pdf%20spanish).pdf)

Correa Jaramillo, J. G. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre Económico*, 10 (20), 87-102.

EMPRENDE PYME. (2008 - 2013). *La Responsabilidad Social Corporativa*. Obtenido de <http://www.emprendepyme.net/la-responsabilidad-social-corporativa.html>

FAO. (2007). *Que es la certificacion SA 8000*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2014, de <http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s06.htm>

Fernández, M. T. (2012). Impacto y Percepción de la responsabilidad social corporativa (RSC). Análisis del Sector Financiero en España. . Tesis Universidad de León.

Global Reporting. (2011). *Guia para la elaboracion de Memorias de Sostenibilidad*. Estados Unidos: GRI.

Gomez Casablanca, L. H. (2011). Pioneros de la responsabilidad social empresarial en Colombia. *Revista Civilizar* , 123-132.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1997). *Metodologia de la investigacion*. Bogota: Panamericana.

Icontec. (25 de Junio de 2008). *Guia tecnica colombiana GTC 180*. Recuperado el 19 de Abril de 2014, de <http://tienda.icontec.org/brief/GTC180.pdf>

ICONTEC Internacional. (2011). Recuperado el 2013, de <http://www.icontec.org.co/index.php?section=378>

Instituto Ethos. (2006). *Indicadores de Responsabilidad social empresarial*. Sao Paulo: Instituto Ethos.

ISO. (2010). *ISO 26000 vision general del proyecto*. Ginebra: Organizacion Internacional de Estandarizacion.

Jaramillo Restrepo, C., Angel Correa, D. C., & Roman Aristizabal, P. A. (2012). Implementación de las Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Financiero y su Influencia en el Comportamiento de los Trabajadores. Medellín: Tesis Universidad San Buenaventura.

Malaga, J. T., Vera, G., & Oliveros Ramos, R. (10 de 01 de 2008). *www.imarpe.pe*. Recuperado el 14 de Mayo de 2013, de http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj_modela_p_a-5-145-tam-2008-investig.pdf

Mejia Saldarriaga, N., & Sepulveda Ursula, A. M. (2007). *La responsabilidad social de las empresas*. Medellin: Universidad de Medellin.

Mellado, C. (2009). Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas latinoamericanas. *Revista de Ciencias Sociales*, 15 (1), 24-33.

Oficina Internacional del Trabajo. (2006). *Declaracion tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la politica social*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.

Organizacion Internacional del Trabajo. (2014). *Acerca de la Declaracion*. Recuperado el 17 de Junio de 2014, de <http://ilo.org/declaration/thedeclaration/lang--es/index.htm>

Ortiz Aristizabal, P. C. (2009). *La responsabilidad social empresarial como base de la estrategia competitiva de HZX*. Bogota: Pontifica Universidad Javeriana.

Pontificia Universidad Javeriana. (2010). *Responsabilidad Social Perspectiva Mundial*. Recuperado el 17 de Junio de 2014, de http://www.javeriana.edu.co/Facultades/Teologia/servicios_formacion_int_univ/eco_teo1/pret02c.pdf

Tobon Guzman, J. E. (s.f.). La Responsabilidad Social Empresarial- RSE en Colombia. *Industria al día* , 1-7.

Tostes Vieira, M. (2008). *Estudios sobre responsabilidad social en el sector financiero de Perú y Brasil*. Lima: Programa laboral de desarrollo PLADES.

Truño i Gual, J. (2011). *La responsabilidad social corporativa: Comparativa internacional del sector bancario*. Barcelona: Universidad Autonoma de Barcelona.

Vergara, M. P., & Vicaria, L. (2009). *Ser o aparentar, la responsabilidad social empresarial en Colombia: Análisis organizacional basado en los lineamientos de la Responsabilidad Social Empresarial*. Bogota: Universidad Javeriana.

Zuluaga, I. A. (2011). La Ética Empresarial. *Portafolio* .

14. ANEXOS

14.1. ENCUESTA DE RSE EN EMPRESA DEL SECTOR FARMACÉUTICO

Misión y visión		OPCIONES	VALOR
1	La empresa tiene explicitada su Misión y Visión	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
2	En la Misión y Visión se incluyen consideraciones sobre la Responsabilidad Social Empresaria	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
3	En la redacción de la Misión y Visión participan distintos niveles de la empresa	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
4	En la redacción de la Misión y Visión se hacen consultas externas a la empresa (Proveedores, clientes, comunidad, etc.)	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
5	La Misión y Visión de la empresa son revisadas periódicamente	Siempre	
		A veces	
		Nunca	1
		No corresponde	
6	La Misión y Visión es difundida públicamente (sitio web, publicaciones, etc.)	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Códigos		OPCIONES	VALOR
1	La empresa dispone de Códigos de Ética ó Conducta formales	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
2	El Código de Ética o Conducta es refrendado por todos los trabajadores de la empresa	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
3	Difunde y educa en valores y en códigos de ética regularmente	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
4	En las distintas instancias del reclutamiento de personal, se consideran aspectos relacionados con la ética	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
5	Se aplican los principios éticos en las relaciones internas de la empresa (directivos, asesores externos, personal, etc.)	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
6	Se aplican los principios éticos en las relaciones externas de la empresa (proveedores, consumidores, gobierno, publicidad, etc.)	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Procedimientos		OPCIONES	VALOR
1	La empresa ha cancelado ó cancelaría contratos con proveedores por conductas no éticas de éstos	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	

		No corresponde	
2	La empresa rechazaría contratos por considerar que los mismos ó las empresas contratantes podrían ser éticamente incorrectos	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
3	Posee políticas y/o procedimientos de control y sanción ante posibles prácticas corruptas	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
4	Existe la política de informar a los superiores sobre toda comisión, obsequio, etc. recibido ú ofrecido por parte de terceros en relación a la actividad empresarial.	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
5	La empresa tiene como política sancionar situaciones de acoso ya sea sexual o de otra índole.	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
6	Se poseen normas que explícitamente prohíben prácticas discriminatorias en la empresa ya sea por raza, sexo, religión, etc.	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Varios		OPCIONES	VALOR
1	La empresa promueve legislaciones o iniciativas que favorezcan el desarrollo del país/mercado/empresariado/sociedad	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
2	La empresa cumple con la legislación impositiva y de seguridad social vigente	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
3	La empresa redacta anualmente una Memoria	Siempre	

		A veces	
		Nunca	1
		No corresponde	
4	En la Memoria, se hace mención a actividades de Responsabilidad Social de la empresa (apoyo comunitario, protección medio ambiente, etc.)	Siempre	
		A veces	
		Nunca	1
		No corresponde	
5	La empresa posee documentación que respalda lo respondido en el presente cuestionario	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
PROMEDIO			2,7

Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales		OPCIONES	VALOR
1	La empresa posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Condiciones Ambientales		OPCIONES	RESPUESTA
1	Existe preocupación por mejorar las condiciones de trabajo de los empleados más allá de las exigencias legales	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Inversión en prevención de salud y seguridad		OPCIONES	RESPUESTA
1	En el presupuesto anual se prevé un monto destinado a la prevención de salud y seguridad	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
2	Capacita anualmente en Salud y Seguridad	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	

		No corresponde	
3	Existen beneficios adicionales en el área de la salud para los trabajadores y/o sus familiares	Siempre	
		A veces	
		Nunca	1
		No corresponde	
4	La empresa otorga beneficios adicionales a los establecidos por la ley en los casos de embarazo	Siempre	
		A veces	
		Nunca	1
		No corresponde	

Participación de fuerza de trabajo por géneros		OPCIONES	RESPUESTA
1	Existe una política de dar oportunidades a discapacitados	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
2	Existe una política de dar oportunidades a jóvenes	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
3	Existe una política de dar oportunidades a mujeres	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
4	Se promueve la ocupación de cargos gerenciales por mujeres	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Capacitación del personal y desarrollo profesional		OPCIONES	RESPUESTA
1	La empresa prevé en el presupuesto anual un monto destinado a la capacitación de sus empleados	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	

		No corresponde	
2	Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas relacionadas a la empresa	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
3	Apoya económicamente y /o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas no relacionadas a la empresa	Siempre	
		A veces	2
		Nunca	
		No corresponde	

Transparencia de información		OPCIONES	RESPUESTA
1	Se brinda a los trabajadores información financiera	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
2	Se brinda a los trabajadores información de producción	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
3	Se brinda a los trabajadores información sobre objetivos estratégicos	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Libertad de Sindicalización		OPCIONES	RESPUESTA
1	La libertad de asociación o sindicalización es efectivamente ejercida por los empleados	Siempre	
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	0
2	Se prevén mecanismos de expresión de los trabajadores	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	

		No corresponde	
--	--	-------------------	--

Estructura de las retribuciones		OPCIONES	RESPUESTA
1	Existe un componente de participación en los resultados	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
2	Existen incentivos por desempeño	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Despidos		OPCIONES	RESPUESTA
1	La situación social del empleado es considerada al momento de su despido	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Plan retiro		OPCIONES	RESPUESTA
1	Existe un plan de apoyo para el momento del retiro de los trabajadores	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Rotación y retención de los empleados		OPCIONES	RESPUESTA
1	Existe una política de retención de los empleados en la empresa	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

El trabajador y su familia		OPCIONES	RESPUESTA
1	La empresa desarrolla actividades sociales en las cuales participan los trabajadores y sus familias	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	

		No corresponde	
2	La empresa apoya a las familias de los trabajadores por medio de convenios, programas o acuerdos especiales (educativos, créditos, canastas, etc.)	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Percepción y evaluación interna		OPCIONES	RESPUESTA
1	La empresa realiza evaluaciones sobre la percepción de la misma por parte de los trabajadores	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
2	La empresa realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los trabajadores	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
3	La empresa realiza evaluaciones de desempeño en las cuales los superiores son evaluados por sus subordinados	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
		PROMEDIO	2,7

Cantidad de accidentes de trabajo:	
En el pasado año	1
En el año anterior	No hay registro
Cantidad de personas que recibieron capacitación en el pasado año	75
Porcentaje de personas capacitadas sobre el total de personal	80%
Total de horas invertidas en capacitación	No hay registro
Porcentaje de mujeres sobre el total de personal	30%
Porcentaje de mujeres en cargos gerenciales sobre el total de cargos gerenciales	35%

Cantidad de discapacitados que trabajan en la empresa		0	
Política de Apoyo a la Comunidad		OPCIONES	RESPUESTA
1	Dentro de la planificación, la empresa establece una política de apoyo a la comunidad	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
2	Para las acciones/programas de apoyo a la comunidad que realiza la empresa, se consulta a los trabajadores	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
3	La empresa genera y/o participa de alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
4	La empresa tiene como política promover el desarrollo de las micro empresas y/o PYME'S	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
5	Se prevé de espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
6	Se promueve la integración de personas con "capacidades diferentes" en la empresa	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
7	La empresa mejora los impactos de la misma en la comunidad próxima más allá de las regulaciones existentes (ruidos, olores, movimientos de vehículos, etc.)	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Asignación de Recursos		OPCIONES	RESPUESTA
1	En el presupuesto anual se prevén fondos para apoyar programas comunitarios y/u ONG's.	Siempre	
		A veces	
		Nunca	1
		No corresponde	
2	La empresa destina recursos (no económicos) para programas de apoyo comunitario	Siempre	
		A veces	
		Nunca	1
		No corresponde	
3	Se evalúan los resultados de los programas y/o apoyos destinados al desarrollo de la comunidad	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Voluntariado y participación		OPCIONES	RESPUESTA
1	Los directivos y gerentes de la empresa participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
2	Se posee un programa de voluntariado corporativo	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
3	La empresa genera oportunidades para que los trabajadores desarrollen actividades de apoyo comunitario	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
4	Los empleados desarrollan acciones de apoyo a la comunidad por iniciativa propia	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
5	La empresa comunica internamente a todo el personal	Siempre	3

	sobre las actividades de apoyo comunitario en las que participa o apoya	A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
6	La empresa procura involucrar a sus proveedores en programas y/o acciones de apoyo comunitario	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
		PROMEDIO	2,75

Áreas prioritarias de apoyo comunitario	2
Destinatarios (tipo de organizaciones que reciben apoyo)	0
Monto en dinero que la empresa destinó a programas comunitarios	0
Porcentaje de dicho monto sobre las ventas	0
Monto aproximado en especies, productos, etc que la empresa destinó a programas comunitarios	0
Cantidad de horas dedicadas por la empresa a programas comunitarios	0
Sobre el total de directivos y gerentes, porcentaje de los que participan en organizaciones sociales y/o comunitarias (ONG's, Fundaciones, etc)	0
Sobre el total de personas de la empresa, porcentaje de las que participan en actividades de apoyo a la comunidad	10

El medio ambiente como compromiso empresarial		OPCIONES	RESPUESTA
1	La empresa dispone de procesos de capacitación en temas medioambientales	Siempre	
		A veces	
		Nunca	1
		No corresponde	
2	La empresa genera o participa en alianzas con otras organizaciones desarrollando acciones en favor del cuidado del medio ambiente	Siempre	
		A veces	2
		Nunca	

		No corresponde	
3	La empresa dispone de procesos orientados a la preservación medioambiental	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
4	Se consideran aspectos ambientales al seleccionar proveedores	Siempre	
		A veces	
		Nunca	1
		No corresponde	

Se desarrollan prácticas de cuidado del medio ambiente		OPCIONES	RESPUESTA
1	Se promueve el reciclado de insumos y otros productos	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
2	Se tiene establecido un sistema de retorno de envases, embalajes, productos obsoletos, etc. Generados por la propia empresa	Siempre	
		A veces	2
		Nunca	
		No corresponde	
3	Se dispone de una política tendiente al uso de combustibles/energías menos contaminantes.	Siempre	
		A veces	
		Nunca	1
		No corresponde	
4	Se busca minimizar la liberación a la atmósfera de gases nocivos para la capa de ozono (CFC, etc.)	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
5	Se procura disminuir al máximo la utilización de productos tóxicos en la empresa	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

6	Se promueve la reducción en el consumo de energía y agua	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
7	Implementa procesos para el destino adecuado de los residuos generados por la actividad específica de la empresa	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
8	Implementa procesos para el destino ó reciclado de "otros" residuos generados en la empresa (vasos, cartuchos, papel, envases plásticos, etc.)	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
		PROMEDIO	2,28

Capacitación del personal y desarrollo profesional Impacto medioambiental		OPCIONES	RESPUESTA
1	Se dispone de controles del impacto ambiental generado por sus actividades	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
2	Es política de la empresa atender quejas y/o denuncias referidas a la agresión al medio ambiente	Siempre	
		A veces	
		Nunca	1
		No corresponde	

Certificaciones medioambientales que posee la empresa	No hay registro
---	-----------------

Consumo de agua (m3) // No hay registro	Consumo de energía eléctrica(KwH)		
En el pasado año // No hay registro	En el pasado año//No hay		
En el año anterior // No hay registro	En el año anterior// No hay		

Consideración de la opinión del cliente		OPCIONES	RESPUESTA
1	La empresa tiene implementado un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus	Siempre	3
		A veces	

	clientes	Nunca	
		No corresponde	
2	Considera la opinión de sus clientes en sus productos y servicios	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
3	La empresa capacita en forma regular en "Atención al Cliente"	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
4	En la empresa existe un departamento de "Atención al Cliente" ó una persona responsable de la atención a los clientes	Siempre	
		A veces	
		Nunca	1
		No corresponde	
5	Se comparte con los trabajadores de la empresa la opinión de sus clientes	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Proceso de Reclamaciones		OPCIONES	RESPUESTA
1	La empresa posee un proceso de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
2	La empresa evalúa anualmente el número de reclamaciones	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Relaciones en las cadenas de proveedores		OPCIONES	RESPUESTA
1	Posee un plan anual de consulta de satisfacción con los proveedores	Siempre	
		A veces	
		Nunca	1

		No corresponde	
2	En la selección de proveedores se toma en cuenta los compromisos de éstos con la Responsabilidad Social	Siempre	
		A veces	
		Nunca	1
		No corresponde	

Investigación y desarrollo		OPCIONES	RESPUESTA
1	Se consideran los requerimientos de clientes con capacidades diferentes	Siempre	
		A veces	
		Nunca	1
		No corresponde	
2	Se busca un continuo perfeccionamiento de sus productos y servicios para que sean más seguros y representen menor riesgo para el consumidor	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	

Marketing y comunicación		OPCIONES	RESPUESTA
1	Existe transparencia en la información al público consumidor de los posibles riesgos de los productos o servicios que ofrece la empresa (uso irresponsable o excesivo, etc.)	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
2	Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
3	La empresa promueve prácticas de ventas con criterios éticos	Siempre	3
		A veces	
		Nunca	
		No corresponde	
4	Existen políticas de comunicación interna alineadas a valores y principios éticos	Siempre	
		A veces	2
		Nunca	

		No corresponde	
5	Existen políticas de comunicación externa alineadas a valores y principios éticos (publicidad, difusión, etc.)	Siempre	
		A veces	2
		Nunca	
		No corresponde	
6	Se examinan previamente las campañas publicitarias verificando que las mismas estén alineadas con los valores de la empresa	Siempre	
		A veces	2
		Nunca	
		No corresponde	
		PROMEDIO	2,35

Cantidad de reclamaciones de clientes recibidas en el último año	No hay registro
Cantidad de reclamaciones de clientes respondidas en el último año	No hay registro