

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Bibliotecas Bucaramanga
Universidad Santo Tomás

**LOS SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN COMO PLATAFORMA PARA
CONSOLIDAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA ORGANIZACIÓN:
CASO MULTINSA**

JONATHAN ALEXANDER MONCAYO PINEDA

RAMIRO ROZO CAMACHO

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE MAGISTER EN CALIDAD
Y GESTIÓN INTEGRAL**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS DE AQUINO
MAESTRÍA EN CALIDAD Y GESTIÓN INTEGRAL
BUCARAMANGA
2014**

**LOS SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN COMO PLATAFORMA PARA
CONSOLIDAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA ORGANIZACIÓN:
CASO MULTINSA**

**JONATHAN ALEXANDER MONCAYO PINEDA
RAMIRO ROZO CAMACHO**

**WILLIAM HOYOS
DIRECTOR**

COMITÉ EVALUADOR DE PROYECTO DE GRADO

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
MAESTRÍA EN CALIDAD Y GESTIÓN INTEGRAL
BUCARAMANGA
2014**

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	9
1.1. ANTECEDENTES	10
1.2. ANTECEDENTES EN EL CONTEXTO MUNDIAL	11
1.3. ANTECEDENTES EN LATINOAMÉRICA.....	12
1.4. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	15
2. JUSTIFICACIÓN	17
3. OBJETIVOS	18
3.1. OBJETIVO GENERAL.....	18
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
4. MARCO REFERENCIAL.....	19
4.1. MARCO TEÓRICO.....	19
4.2. MARCO CONCEPTUAL.....	34
4.3. MARCO CONSTITUCIONAL Y LEGALES	35
4.4. MARCO NORMATIVO.....	35
5. METODOLOGÍA.....	37
5.1. FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN	37
5.2. DISEÑO METODOLÓGICO.....	37
6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	41
6.1. OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Identificar los aspectos específicos de los temas fundamentales de la RS que faciliten su implementación utilizando como plataforma los Sistemas Integrados de Gestión	41
6.2. OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Determinar los elementos del SIG de Multinsa S.A. que permitan la implementación de la RS	43
6.3. OBJETIVO ESPECÍFICO 3: Estructurar el plan para implementar los elementos faltantes en Multinsa S.A. que permitan alcanzar la Responsabilidad Social y ser un factor diferenciador empresarial.....	66
6.4. Impactos esperados.....	76
7. CONCLUSIONES.....	77

El propósito fundamental del presente trabajo de grado fue demostrar cómo los sistemas integrados de gestión conformados por la ISO 9001, ISO 14001 Y OHSAS 18001 pueden

8	RECOMENDACIONES.....	81
9	BIBLIOGRAFIA.....	82
	ANEXOS.....	85

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Siete materias fundamentales de la RS19
Tabla 2. Materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social20
Tabla 3. Definición de proceso y PHVA22
Tabla 4. Temas que conforman los procesos de la ISO 900125
Tabla 5. Instrumentos de un plan de investigación32
Tabla 5. Presupuesto del proyecto35
Tabla 6. Cronograma de actividades36
Tabla 7. Valores estadísticos - Comunidad43
Tabla 8. Valores estadísticos – Consumidores45
Tabla 9. Valores estadísticos – empleado48
Tabla 10. Resultado estadísticos – Comunidad50
Tabla 11. Resultados estadísticos – medio ambiente53
Tabla 12. Resultados estadísticos - Clientes56
Tabla 13. Resultados estadísticos – consumidores60
Tabla 14. Resultados encuesta proveedores63
Tabla 15. Resultados entrevista a competencia64
Tabla 16. Plan para implementar los elementos faltantes de RS en Multinsa65

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Receptores Internos10
Figura 2. Modelo Integrador24
Figura 3. Mapa de procesos27
Figura 4. Fases metodológicas de la investigación34
Figura 5. Estado de RS para empleados46
Figura 6. Fortalezas y aspectos por mejorar de la RS – comunidad49
Figura 7. Estado de responsabilidad social empresarial – medio ambiente52
Figura 8. Estado de responsabilidad social empresarial – Clientes55
Figura 9. Estado de responsabilidad social empresarial – consumidores58
Figura 10. Estado de responsabilidad social empresarial – alta dirección61

RESUMEN

La responsabilidad social empresarial se ha convertido en los últimos años en un factor de diferenciación y compromiso por parte de las personas y las empresas hacia la preservación del medio ambiente, el desarrollo del ser y la vida misma, ya que en las últimas décadas se ha visto el continuo deterioro de estas.

La investigación a realizar tiene como objetivo principal determinar las características que debe tener tanto la plataforma de los Sistemas Integrados de Gestión (ISO 9001, ISO 18001 e ISO 14001) como la responsabilidad social empresarial para lograr su articulación dentro de las organizaciones. Este caso se desarrollara dentro de la empresa MULTINSA S.A.

Los fundamentos teóricos en los cuales se encuentra basado este proyecto se enmarcan dentro de las investigaciones realizadas por Sánchez y Comajuncosa, quienes presentan cuatro modelos de gestión empresarial que integra aspectos económicos, sociales y medioambientales, bajo un punto de vista ético y sostenible e inclinan su preferencia por la guía ISO 26000, guía de responsabilidad social en donde se revisan los parámetros de cumplimiento de la responsabilidad social empresaria (RSE).

La metodología empleada para la investigación consta de tres fases; preactiva, en donde se planifica el diseño metodológico y la organización de las actividades, la fase interactiva hace referencia a la ejecución del diseño metodológico, donde se refleja la aplicación de campo y el trabajo sobre fuentes secundarias, y la fase pos activa se realiza el análisis y las conclusiones finales, en esta fase se pueden incluir evaluaciones o valoraciones del campo aplicado.

El resultado esperado de esta investigación es un plan que permita implementar la responsabilidad social en Multinsa S.A. tomando como plataforma los sistemas integrados de gestión de esta firma.

Palabras Clave: Estrategia de gestión, Modelo integrador, El sistema integrado de gestión como articulador de la responsabilidad social

INTRODUCCIÓN

Este proyecto se basa en los lineamientos que establece la guía de responsabilidad social ISO 26000:2010, el cual fue elegida mediante el contrato de teorías de autores como Peter Drucker, Adela Cortina, Teucher y Perrin, Carla Vintró Sánchez y Josep Comajuncosa, el cual entre otras palabras es esta guía involucra todas las partes interesadas de la organización, e incluye temas como el respeto de los derechos humanos hasta el respeto al medioambiente. No obstante, otro criterio importante en la elección del marco de referencia de este proyecto, es decir de la elección de la ISO 26000 es que se alinea con la plataforma de gestión que Multinsa tiene implementado, la normas ISO 14001 (medioambiente), OHSAS 18001 (seguridad y salud laboral) y la ISO 9001 (calidad).

El objetivo de este proyecto es lograr integrar la plataforma de gestión de Multinsa con las prácticas de responsabilidad social de la guía ISO 26000 mediante un plan de implementación; no obstante esto implica identificar las características de la responsabilidad social que van a permitir que se implemente estas prácticas en Multinsa. Así mismo también implica identificar cuáles son los elementos de la plataforma de gestión de Multinsa que facilitan la implementación de la responsabilidad social.

La metodología que se ha empleado en este proyecto es de tipo mixta, es decir, una parte cuantitativa que consiste en la aplicación y tabulación de encuestas y otra parte cualitativa que resalta la recolección de información por observación, entrevista, etc.

Cabe resaltar que esta investigación es un aporte a la gestión estratégica de las empresas que cuentan con la implementación de estas 3 normas, ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001, teniendo en cuenta esta plataforma puede llegar a ser el precursor de una industria socialmente responsable.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

A continuación se define el problema, partiendo de la influencia que tienen los sistemas integrados de gestión para fortalecer la responsabilidad social en las organizaciones, mirándolo desde la literatura en el ámbito mundial y a nivel nacional.

1.1. ANTECEDENTES

El tema de responsabilidad social no es un concepto que se encuentre totalmente unificado, debido a los diferentes enfoques que se le ha dado con el paso de los años y el crecimiento del compromiso social que han venido adquiriendo las empresas. Por ejemplo, Friedman¹ le dio un enfoque muy liberal, en donde afirma que la responsabilidad social empresarial (RSE) de un negocio es aumentar sus ganancias sin pretender asumir otras obligaciones o responsabilidades que no le corresponden, es decir que es suficiente que las empresa generen utilidades puesto que este era su único fin y cada quien velaba por cumplir sus interés individuales; es aquí donde Peter Drucker² se involucra más con la parte social aportando a la teoría de Friedman, con el siguiente enfoque “La responsabilidad social empresarial no es exclusiva de las empresas, sino de todas las instituciones de la sociedad aunque el papel de la empresa es vital en su legitimación”, pero además aporta que las empresas deben obtener sus resultados con la consecución de sus objetivos, involucrando la parte interna de la empresa como la parte externa, o sea la sociedad.³ Sin embargo, Cortina⁴ percibió que estos conceptos no estaban integrando, la ética, la moral y los valores humanos y decidió darle un enfoque diferente a la responsabilidad social diciendo que “la responsabilidad social empresarial debe asumirse desde un enfoque integral que permita dimensionar la moral equilibradamente con el criterio económico logrando la legitimidad o validez que requiere la empresa como institución social”.

Así mismo, la comisión de la comunidad Europea⁵ emite un enfoque actual en su libro verde, y agrega que la responsabilidad social tiene que ser una integración voluntaria por parte de las empresas de las percepciones sociales y

¹ FRIEDMAN, Milton y FRIEDMAN, Rose. Libertad de elegir. 1 edición en español, Ediciones Grijalbo. Madrid-España, 1980. 277 p.

STEIN, Guido. Cuadernos empresa y humanismo. Catalogo 74, Peter Drucker (II): Sobre empresa y sociedad. Editorial Universidad de Navarra. p. 20

³ Ibid., p. 20

⁴ CORTINA, Adela. Ética de la empresa. 4 ed. España: Editorial Trotta. 2005. p.32.

⁵ COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social en las empresas. Bruselas. 2001

medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

1.2. ANTECEDENTES EN EL CONTEXTO MUNDIAL

A nivel mundial “para algunos autores el origen del concepto de Responsabilidad social se remonta a los primeros filósofos de la humanidad varios siglos A.C; estos pensadores lograron en sus reflexiones éticas argumentar y describir con claridad algunos de los principios y criterios centrales de lo que hoy conocemos como Responsabilidad Social”⁶

La responsabilidad social es mundialmente aceptada hoy como el compromiso de las personas y las empresas con la preservación del medio ambiente, la vida misma y el desarrollo del ser

La situación mundial de Pobreza, deterioro ambiental y violencia no corresponden a un mundo con Responsabilidad Social, por lo tanto se han definido tres (3) sectores los cuales pueden actuar sobre él:

1. El sector del Estado, el cual solo puede hacer lo que está legislado.
2. El sector de Instituciones con fines lucrativos (empresas) y
3. el sector de instituciones sin fines lucrativos- ONGs, fundaciones y familias, las cuales pueden hacer todo lo que no está prohibido

Lo anterior como resultado del análisis de ver la incapacidad de los gobiernos para resolver tales problemas e incorporando a la sociedad en su conjunto, en especial la del sector privado en temas como derechos humanos, medioambiente, trabajo y lucha contra la corrupción⁷.

Con el paso de los años se han emitido diversas declaraciones que buscan garantizar un mundo con mayor Responsabilidad Social entre los que se destacan:

Foro de Davos de 1973, “propuso un Código de comportamiento ético para la gestión de empresas, que considera que su función es servir a los

⁶ HERRERA, J.C y ABREU, J.L. Cómo gestionar la responsabilidad social en las PYMES colombianas [online]. Dena: International Journal of Good Conscience. Marzo, 2008. [Citado 11 de octubre de 2012]. ISSN 1870-557X. Disponible en <[http://www.spentamexico.org/v3-n1/3\(1\)%20395-425.pdf](http://www.spentamexico.org/v3-n1/3(1)%20395-425.pdf),>

⁷ MACIAS QUINTANA, Luz Amparo... Responsabilidad social empresarial [Diapositivas online]. Colombia. Ministerio De Comercio y Superintendencia De Sociedades [Citado 11 de octubre de 2012]. Disponible en <<http://www.jccconta.gov.co/conferencia2009/responsabilidadsocial.pdf>> p. 6

consumidores, a los trabajadores, al capital y la sociedad, para lograr el equilibrio de sus antagónicos intereses”⁸

La Mesa Redonda de Caux (suiza) Desde 1986 se reúne anualmente un grupo de empresarios que son los promotores y signatarios del código de cultura empresarial. En 1994 se publicó y se dio difusión masiva a los principios de CRT

El Pacto Mundial de 1999, en el cual el Secretario General de las Naciones Unidas propuso un pacto con el mundo de los negocios donde se pide a las empresas que hagan suyos, apoyen y lleven a la práctica un conjunto de valores fundamentales en materia:

- Derechos Humanos
- Normas Laborales
- Medio Ambiente
- Lucha contra la corrupción.⁹

También se realizó la Declaración Interconfesional Para la Construcción de Códigos de Ética en los Negocios Internacionales, además los Foros Anuales de Redes Locales del Pacto Global

1.3. ANTECEDENTES EN LATINOAMÉRICA

Claudia Toca, Jesús Carrillo y Merlin Grueso, autores del libro Responsabilidad Social Empresarial, análisis desde diversos enfoques, donde aseguran que el concepto está malinterpretado en Colombia y que realmente aún no existen compañías socialmente responsables en el país. En Colombia, más que en muchos otros lugares del mundo, no saben aplicar el concepto actual de la responsabilidad social, puesto que esta es aplicada más como un método filantrópico en donde todo acto solidario no es realizado en aras de un compromiso voluntario, sino más bien lo hacen para obtener beneficios propios, es decir, generar reconocimiento de la empresa y en últimas, aumentar sus utilidades.¹⁰

⁸ PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA. Responsabilidad Social: Perspectiva Mundial. [online] Facultad de Teología. Bogotá D.C. [Citado 12 de octubre de 2012] Disponible en <http://www.javeriana.edu.co/Facultades/Teologia/servicios_formacion_int_univ/ecoteo1/pret02c.pdf>

⁹ NACIONES UNIDAS. El Pacto Mundial [online]. Sección de servicios de internet. [Citado 12 de octubre de 2012]. Disponible en <<http://www.un.org/es/globalcompact/>>

¹⁰ LA REPÚBLICA. En Colombia todavía no existen empresas socialmente responsables. En línea. Citado el 09 de abril de 2014. Disponible en <http://www.larepublica.co/responsabilidad-social/%E2%80%9Cen-colombia-todav%C3%ADa-no-existen-empresas-socialmente-responsables%E2%80%9D_34130>

Colombia está realizando esfuerzos para evolucionar varios aspectos del país, entre estos su economía, es por eso que se firman tratados, convenios, uniones aduaneras y un sin número de acuerdos comerciales para fortalecer el tema de la competitividad, modernización y globalización, que por consiguiente conllevan al país a un amplio desarrollo sostenible.

Pero para poder entrar a este mundo de sostenibilidad y de crecimiento económico, los países desarrollados ofrecen un esquema bastante favorable, y es el esquema de los sistemas integrados de gestión, que sirven como herramienta facilitadora de gestión que ayuda a aumentar las utilidades, mejorar las condiciones de salud de los trabajadores, prevenir la contaminación ambiental, entre otros.

Pero no hay que esperar a ser un país desarrollado y sostenible para empezar a hablar de responsabilidad social. El tema de RSE no solo es para los países que son potencias mundiales, auto sostenibles o desarrollados, ni tampoco para las grandes empresas, la RSE debe aplicarse a todas las instituciones o empresas tanto públicas como privadas.

“Este es un proceso de concientización, una ética, una visión y hasta una forma de ver el mundo, que en Colombia apenas estamos construyendo. Algunas empresas empiezan ya a incorporar ciertos estándares de RSE en sus prácticas. Por ejemplo la Empresa de Energía de Bogotá (EEB) adhirió a iniciativas como el Pacto Mundial, y a redes trisectoriales. No obstante, estos esfuerzos aún son muy incipientes para lograr que la RSE se proyecte en un sentido más amplio e integrador”¹¹

En el año 2004, la Gerencia Nacional de Responsabilidad Social de la ANDI ejecutó una encuesta en donde se demostró que el 98,5% de las empresas encuestadas considera que el sector privado debe asumir responsabilidades sociales más allá de las legalmente exigidas. De hecho, 91% de las empresas encuestadas afirma estar desarrollando algún tipo de acción de responsabilidad social y es aquí donde las empresas encuestadas mezclan la filantropía con la esencia de responsabilidad social.

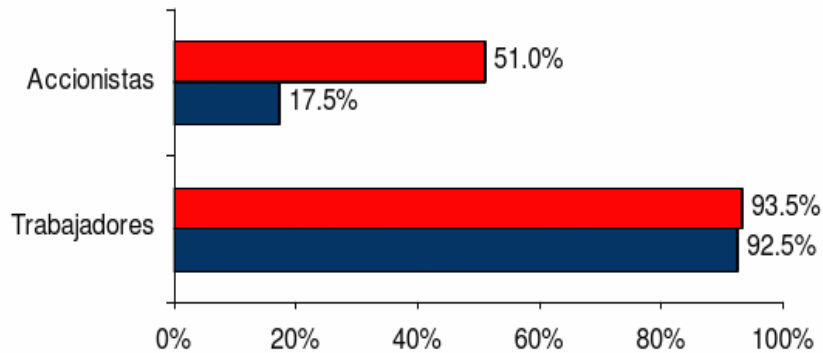
Sin embargo, sin separar la filantropía de la responsabilidad social (RS), la ANDI representó los principales beneficiarios de estas acciones (ver figura 1).¹²

¹¹ HEINCKE, Mónica. La responsabilidad social empresarial: ¿una herramienta para el desarrollo local sostenible en Colombia? [online] Bogotá D.C.: Red Revista Opera, 2009. p 16. [Citado 12 de octubre de 2012]. Disponible en: <<http://site.ebrary.com/lib/bibliotecaustasp/Doc?id=10311968&ppg=16> >

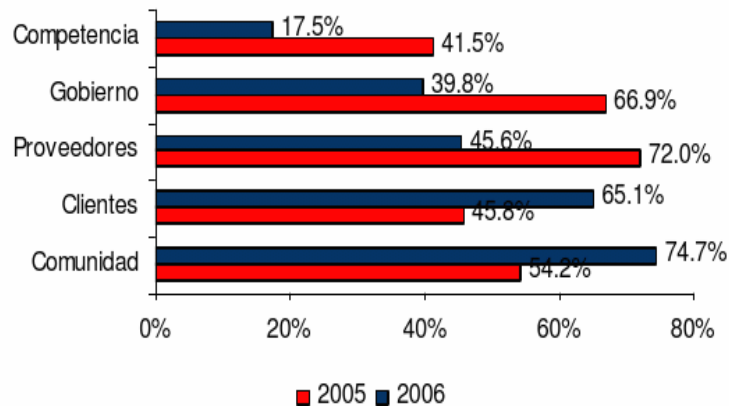
¹² CÁRDENAS, Mauricio; REINA, Mauricio. La minería en Colombia: impacto socioeconómico y fiscal. Colombia: B - Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo, 2008. p 82. Disponible en: <<http://site.ebrary.com/lib/bibliotecaustasp/Doc?id=10565664&ppg=83>>

Figura 1. Receptores Internos

(a) Receptores Internos



(b) Receptores externos



Fuente: Resultados encuestas ANDI

Como se puede apreciar, el trabajador es el principal beneficiario de acciones de responsabilidad social a nivel interno de la organización, esto se debe a que existen una serie de exigencias legales que obligan a las empresas a que sus trabajadores tengan derechos prestacionales, no obstante esto no se considera responsabilidad social, pues es lo mínimo que debe cumplir la empresa.

Es evidente que los empleados sean los principales beneficiarios internos de acciones de responsabilidad social, teniendo en cuenta que ellos ocupan la

mayor parte de la empresa, no solo en número sino además en interés por la empresa. Así mismo, el principal indicio de aplicar acciones de responsabilidad social en la empresa se centra en las prácticas laborales, es decir en los empleados.

Por otro lado, de los receptores externos se puede notar que hubo un incremento en el año 2006 con respecto a 2005 en los clientes y la comunidad. De los clientes es de esperar que se obtengan mayores resultados debido a que hoy por hoy la competencia entre las empresas está buscando obtener ventajas competitivas y comparativas que beneficien al cliente.

1.4. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Teniendo en cuenta los antecedentes procedemos a presentar la situación a estudiar.

Con el condicionamiento de las organizaciones colombianas de tener que participar en un mercado abierto, a partir de los años noventa, empieza una cultura de la certificación de las empresas. En este sentido ECOPETROL S.A. logra su certificación en ISO 9001 ante la necesidad de mejorar sus procesos para no quedar rezagada en el sector de Hidrocarburos. Es gracias a esto que se desarrolla la cultura de la certificación de calidad en sus empresas proveedoras de servicio, primer paso en los sistemas de gestión en Barrancabermeja.

La empresa MULTINSA S.A., como muchas empresas que elaboran productos a partir de materia prima de ECOPETROL S.A., también desarrolla la cultura de calidad en sus procesos y con el paso de los años y las necesidades de mantenerse en mejora continua, sigue con su propósito de ser empresa líder en el cumplimiento de las normas y estándares para poder ofrecer productos de primera calidad. Hoy en día, teniendo como base las certificaciones en Calidad, Seguridad y salud Ocupacional y Gestión Ambiental, la empresa quiere consolidar su compromiso de Responsabilidad Social – RS, como factor diferenciador y de ejemplo a la comunidad para el progreso local, regional y nacional.

Por otro lado, los sistemas de gestión ambiental, calidad y seguridad y salud ocupacional se encuentran como sistemas independientes y no integrados, lo que le dificulta a la empresa tener un comportamiento social dentro de las estrategias, sistemas, prácticas, procesos organizacionales existentes, teniendo en cuenta los resultados y las demás partes interesadas.

La empresa también desea consolidar su Responsabilidad Social buscando que sus contratistas tengan RS al momento de ejecutar proyectos.

Formulación del problema

Ante lo expuesto, es pertinente preguntarse:

Pregunta General:

¿Cuáles características debe tener la plataforma de los sistemas integrados de gestión de la empresa MULTINSA S.A. que permitan consolidar la responsabilidad social?

Pregunta específica 1

¿Cuáles son los aspectos específicos de los temas fundamentales de la Responsabilidad Social que facilita la implementación mediante los SIG?

Pregunta específica 2

¿Cuáles son los elementos determinantes en Multinsa S.A. para implementar la RS?

Pregunta específica 3

¿De qué manera se puede plantear los pasos para involucrar los elementos faltantes de la Responsabilidad Social en Multinsa S.A. y lograr ser factor diferencial de la empresa?

2. JUSTIFICACIÓN

Multinsa S.A. es una empresa que fabrica productos del sector hidrocarburos, minería, infraestructura, asfaltos, aseo del hogar y aditivos para combustible. La empresa tiene todos estos procesos de producción actualmente certificados con las normas ISO 14001, 9001 y OHSAS 18001.

Ahora el paso a seguir, es llevar esta implementación de normas a un fortalecimiento de lo que es la responsabilidad social empresarial, integrando el enfoque al cliente de la ISO 9001, el cuidado a la salud de los empleados de la OHSAS 18001 y la preservación del ambiente de la ISO 14001 con los demás involucrados en el funcionamiento de la empresa, asumiendo la responsabilidad de los impactos generados por las decisiones tomadas en el ejercicio de la empresa, mediante la consolidación de un nuevo comportamiento transparente y ético que le permita a Multinsa S.A. mejorar los niveles de satisfacción de las partes interesadas y por consiguiente una lealtad, preferencia, una mejor eficiencia por parte de sus empleados, un fortalecimiento de la cultura y el clima organizacional, una mejor la calidad de vida de los trabajadores, familiares, y a nivel general mejorar la productividad y desempeño de la empresa.

No obstante, la finalidad de este trabajo alineado con la intención de Multinsa S.A., es sin lugar a dudas llevar a un entendimiento que a través de la Responsabilidad Social Empresarial la organización tendrá un elemento clave para lograr el concepto de desarrollo sostenible, y que además existen razones o motivaciones externas como internas para tener la RSE como plan estratégico y hacerla parte de la práctica operacional diaria de la empresa.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Formular el plan que permita consolidar las características que debe tener la plataforma de los Sistemas Integrados de Gestión con la Responsabilidad Social en Multinsa S.A.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los aspectos específicos de los temas fundamentales de la RS que faciliten su implementación utilizando como plataforma los Sistemas Integrados de Gestión
- Determinar los elementos del SIG de Multinsa S.A. que permitan la implementación de la RS.
- Estructurar el plan para implementar los elementos faltantes en Multinsa S.A. que permitan alcanzar la Responsabilidad Social y ser un factor diferenciador empresarial

4. MARCO REFERENCIAL

4.1. MARCO TEÓRICO

4.1.1. Responsabilidad social empresarial y sistemas de gestión integral. El compromiso de la empresa para contribuir con el desarrollo económico sostenible es trabajar con las partes interesadas (empleados, sus familias, la comunidad local y toda la sociedad, etc.) y ofrecerles una mejor calidad de vida, teniendo en cuenta que es un buen punto de partida para implementar la responsabilidad social en la empresa. Los sistemas de gestión integral sirven como base y constituyen un apalancamiento importante para mejorar la gestión de la empresa; sin embargo, hay que consolidar estos sistemas de gestión integral con la responsabilidad social. No obstante, existen muchos aspectos sobre los cuales la empresa ha de tener cuidado para no fallar en su intento, dos autores que expresan en sus tesis, cómo se puede enfocar la responsabilidad social en las empresas: Zygmund Bauman y Consuelo Corredor.

La tendencia industrial demuestra en los actuales momentos que las empresas presentan un desvío conceptual en cuanto al término de Responsabilidad Social Empresarial – RSE; en este sentido Bauman¹³ afirma que la globalización ha traído muchos impactos negativos más que positivos, entre estos el fin del territorio, en donde el propietario se vuelve absentista, domiciliado lejos de su propiedad, pero que desarrolla su actividad o negocio a través del aprovechamiento del desarrollo tecnológico, es decir, administra su negocio desde un punto totalmente diferente a donde opera su producción. Lo más cruel e injusto que sucede en estos casos, es que las empresas de su propiedad se encuentran en países de la periferia, en donde tienen que padecer los problemas de contaminación, deforestación, lluvias ácidas y demás impactos que se generan hoy por hoy, derivados de las decisiones de ese “propietario absente”.

Bauman¹⁴ explica que todo esto lleva a sacarse de encima las responsabilidades por las consecuencias, es decir, que cuando los accionistas o propietarios de las empresas ven que existe alguna amenaza social hacia la empresa, simplemente descargan sus responsabilidades y trasladan su

¹³ BAUMAN, Zygmunt. La globalización: consecuencias humanas. Fondo de Cultura Económica, México. 2001

¹⁴ Ibid., p. 3

empresa a otro lugar, sin importarles dejar atrás el capital humano de la empresa.

Esto se realiza con más frecuencia en las empresas petroleras o de hidrocarburos, en donde llegan a un territorio, explotan todo el recurso natural y cuando tienen la responsabilidad de afrontar las consecuencias, salen del territorio a explotar en otros lados. Es por eso que Bauman expresa que esta es una ventaja codiciada únicamente para los accionistas, puesto que si se mira desde el punto de vista del empleado, o mejor aún desde el punto de vista social, este acto va en contra del sentido de la RSE, atenta contra la calidad de vida de los empleados, familiares y de toda la comunidad local en general.

Es acá donde entra la tesis de la investigadora colombiana Consuelo Corredor¹⁵, a partir de la definición de “modernidad” y “modernización”. Corredor¹⁶ manifiesta que estos dos procesos deben ir de la mano para poder lograr un verdadero desarrollo de los países de América Latina, entendiendo por modernización el proceso de transformación de la naturaleza física para satisfacer necesidades de las personas y adquirir riqueza, y por modernidad el proceso de apropiación y transformación del hombre de su propia naturaleza para tener un comportamiento que satisfaga su beneficio personal pero orientado al bien común. Esto no se ha aplicado en los últimos tiempos, porque todos los actos que desarrollan las empresas, en este caso las del sector de hidrocarburos, y otros casos más, están viendo el negocio empresarial con ojos meramente económicos.

En este sentido Corredor explica que “la crisis es el resultado de un largo proceso de erosión del orden tradicional, inducida por las transformaciones derivadas del proceso de Modernización Económica”¹⁷, es decir, que el desarrollo del negocio empresarial es insuficiente si se subordina a un alcance meramente económico, y es precisamente lo que apunta la RSE en esta investigación, a que la gestión en la organización empresarial sea integral, buscando el desarrollo sostenido desde el punto de vista social, económico y ambiental, es decir, la gestión integral desde la calidad, el medio ambiente, la seguridad y salud ocupacional.

4.1.2. Características de la RS. Para Thomas (*) *et al.*, existen ocho marcos generales que fomentan la responsabilidad social en las organizaciones, y que han logrado un alto grado de reconocimiento; estos

¹⁵ CORREDOR, consuelo. Desarrollo Económico y Social, Siglo XX En: La modernización inconclusa. Universidad Nacional de Colombia. [Online] [Citado 28, Octubre, 2012]. Disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/795/4/266_-_3_Capi_2.pdf >

¹⁶ Ibíd., p. 19

¹⁷ Ibíd., p.20

(*) Doctor en Ciencias de la comunicación y profesor de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Investigador de la Red Europea de Investigación “Ciudadanía, Empresa y Responsabilidad”

marcos han demostrado ser una herramienta útil para la evolución y desarrollo del ambiente del negocio, estos son:

- 1- Pacto Mundial de la O.N.U (Global Compact)
- 2- Convenciones de la OIT. (Organización internacional del trabajo)
- 3- Directrices de la OCDE para las empresas multinacionales
- 4- ISO 14000
- 5- AA 1000 (AccountAbility)
- 6- La Iniciativa De Divulgación Global (GRI)
- 7- Los Principios Globales De Sullivan
- 8- Social Accountability SA 8000
- 9- Comisión Europea

Así mismo, Teuscher y Perrin¹⁸ argumentan que la norma de aseguramiento AA 1000 de AccountAbility y la Social AccountAbility SA 8000, están firmemente orientadas al desarrollo sostenible desde una perspectiva mucho más amplia, solo que la SA 8000 desprecia varios temas que son de cuidado para las organizaciones como lo es la parte ambiental, la información transparente hacia el consumidor y la participación activa de la comunidad. En cambio la AA 1000 si abarca estos temas y además agrega la parte económica y gestionan los impactos socio-ambientales que genera la empresa y que por ende es responsable de mitigarlos. Es así como Teuscher y Perrin con base a estas normas conciben la RSE como una cuestión estratégica y exponen estas normas de la siguiente manera.

La AA1000 es una plataforma que evalúa el informe de sostenibilidad, responsabilidad social e involucramiento de las partes interesadas. La norma ha desarrollado otras tres normas para ser utilizadas por cualquier organización:

- AA 1000 APS: Establece los principios de inclusividad, relevancia, capacidad de respuesta.
- AA 1000 AS: Establece una metodología para evaluar cómo la organización se adhiere a los principios de Accountability, proporcionando requisitos para llevar a cabo el aseguramiento de la sostenibilidad.
- AA 1000 SES: Es el compromiso con los grupos de interés. Proporciona un marco de referencia para el involucramiento de las partes interesadas

¹⁸ TEUSCHER, Peter y PERRIN, Irene. Guidelines für die Zukunft: Nachhaltigkeitsberichterstattung. [Directrices del futuro: Informar sobre la sostenibilidad]. [Online]. Suiza: Alpha, 2011. . [citado 24 noviembre 2012]. Disponible en <http://content.alpha.ch/b2c/1-ratgeber-hr-informationen/4-wissen-weiterbildung/1_alpha-aktuell/nachhaltigkeit-berichterstattung-vertrauen/>

En cambio, la SA 8000 hace referencia al trato ético que se tiene hacia los trabajadores, esta norma se basa en los modelos ISO y adiciona auditoría social, como entrevistas a trabajadores, clientes, proveedores y otros. Asegura las condiciones de trabajo y su mejoramiento continuo e incluye 9 áreas esenciales:

- Trabajo Infantil
- Trabajos Forzados
- Salud y Seguridad en el trabajo
- Libertad de Asociación y derecho de negociación efectiva
- Discriminación
- Prácticas Disciplinarias
- Horario de Trabajo
- Remuneración
- Sistema de Gestión.

Adicional al análisis realizado con los autores Teuscher y Perrin, se toma en consideración el contraste que tienen con Carla Vintró Sánchez¹⁹ y Josep Comajuncosa Casabella²⁰ en donde exponen²¹ cuatro modelos de gestión empresarial que integra aspectos económicos, sociales y medioambientales, bajo un punto de vista ético y sostenible, estos modelos son: la norma AA 1000:2003, la SA 8000 pero además adicionan la norma SGE-21:2008, y la norma ISO 26000.

Asimismo Sánchez y Comajuncosa, explican la esencia de la SGE 21, ellos manifiestan que esta norma permite auditar procesos y certificarse en gestión ética y RS, a partir de los principios y valores humanos. Esta norma tiene su aplicación en las 9 áreas siguientes:

- Alta dirección
- Clientes
- Proveedores
- Entorno ambiental
- Entorno social
- Personas que integran la organización

¹⁹ DPTO. DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS. Escuela Politécnica Superior de Ingeniería de Manresa. Universidad Politécnica de Catalunya. Manresa: Barcelona

²⁰ Ibid., p. 32

²¹ VINTRÓ SANCHEZ, Carla y CAMAJUNCOSA CASABELLA, Josep. ISO 26000: Responsabilidad social corporativa. Sinergias con los sistemas de gestión de calidad, medioambiente y seguridad y salud laboral. [Online]. Universidad Politécnica de Cataluña. Copyright. España, 2004. [Citado 24 noviembre 2012]. Disponible en <<http://upcommons.upc.edu/e-prints/bitstream/2117/10956/1/ISO%2026000.%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20CORPORATIV A.%20SINERGIAS%20CON%20LOS%20SISTEMAS%20DE%20GESTI%C3%93N%20DE%20CALIDAD,.pdf>>

- Inversores
- Competencia
- Administraciones públicas

Y finalmente exponen sus ideas sobre la ISO 26000, en donde Sánchez y Camajuncosa inclinan su preferencia por esta norma mediante la siguiente expresión: “Esta norma abarca desde el respeto de los derechos humanos hasta el respeto al medioambiente, y se alinea con las normas ISO 14001 (medioambiente), OHSAS 18001 (seguridad y salud laboral) e ISO 9001 (calidad). Además, es el proyecto de norma de responsabilidad social corporativa (RSC) que mayores expectativas ha creado, por lo que previsiblemente ganará popularidad frente a las otras guías.”²²

La siguiente tabla demuestra las 7 materias que contiene la ISO 26000, definidas como las características de la RS para este proyecto, igualmente desagrega la respectiva relación que tiene frente a las demás normas o guías que se referenciaron en los incisos anteriores.

Tabla 1. Siete materias fundamentales de la RS

	GO	DH	PL	MA	PJO	COM	PDC
AA 1000	X	X	X	X	X	X	x
SA 8000	X	X	X		X		
SGE 21	X		X	X	X	X	X
ISO 26000	X	X	X	X	X	X	X
GO: Gobernanza DH: Derechos Humanos PL: Prácticas Laborales MA: Medio ambiente PJO: Prácticas justas de operación COM: Asuntos de consumidores PDC: Participación activa y desarrollo de la comunidad							

Fuente: Autores del proyecto a partir del anexo A de la ISO 26000

La tabla 1 se realizó con base al anexo A que incluye la ISO 26000, es una lista no exhaustiva que compara los tipos de iniciativas y herramientas existentes con respecto a las materias fundamentales, las cuales siguen como guía teórica para este estudio

Con fundamento a las tesis de Sánchez y Camajuncosa, y a la información suministrada en la tabla 1, es oportuno escoger la norma ISO 26000 como referente para integrarla con los demás sistemas de gestión de calidad, ambiental y seguridad y salud ocupacional, convirtiendo la RS en el cuarto vértice de los sistemas integrados en Multinsa S.A.

²² Ibid., p. 3.

4.1.3. Materias Fundamentales y asuntos. A su vez, cada materia fundamental de la ISO 26000 se desgrega en asuntos, como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social

MATERIAS FUNDAMENTALES	ASUNTOS
Gobernanza de la organización	
Derechos Humanos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Debida diligencia 2. Situaciones de riesgo para los derechos humanos 3. Evitar la complicidad 4. Resolución de reclamaciones 5. Discriminación y grupos vulnerables 6. Derechos civiles y políticos 7. Derechos económicos, sociales y culturales 8. Principios y derechos fundamentales en el trabajo
Prácticas Laborales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trabajo y relaciones laborales 2. Condiciones de trabajo y protección social 3. Dialogo social 4. Salud y seguridad ocupacional 5. Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo
El medio ambiente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prevención de la contaminación 2. Uso sostenible de los recursos 3. Mitigación y adaptación al cambio climático 4. Protección del medio ambiente, la biodiversidad y restauración de hábitats naturales
Prácticas justas de operación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Anti-corrupción 2. Participación política responsable 3. Competencia justa 4. Promover la responsabilidad social en la cadena de valor 5. Respeto a los derechos de la propiedad
Asuntos de consumidores	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prácticas justas de <i>marketing</i>, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación 2. Protección de la salud y la seguridad de los consumidores 3. Consumo sostenible 4. Servicios de atención al cliente, apoyo y

	resolución de quejas y controversias. 5. Protección y privacidad de los datos de los consumidores 6. Acceso a servicios esenciales 7. Educación y toma de conciencia
Participación activa y desarrollo de la comunidad	1. Participación activa de la comunidad 2. Educación y cultura 3. Creación de empleo y desarrollo de habilidades 4. Desarrollo y acceso a la tecnología 5. Generación de riqueza e ingresos 6. Salud 7. Inversión social

Fuente: Norma ISO 26000 tabla 2- Materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social

4.1.4. Bases de los Sistemas Integrados de Gestión. Multinsa S.A. es una organización que se muestra como un sistema, el cual está conformado por una serie de elementos o actividades, que al interrelacionarse de manera general, apuntan al cumplimiento de los objetivos, planes, metas y/o programas de la empresa, que pueden resultar siendo beneficios reflejados en las utilidades, en el mejoramiento de la salud de los trabajadores, en la lucha por la contaminación ambiental, en el mejoramiento de la calidad del productos y por ende en la satisfacción del cliente, entre otros.

Castillo y Martínez²³ manifiestan que todas estas series de elementos o actividades son denominados procesos y son la base para la gestión.

De este mismo modo Atehortua, Bustamante y Valencia²⁴ considera teniendo en cuenta la ISO 9001, que la gestión tiene una dimensión muy amplia, la cual pasa por las cuatro etapas del ciclo conocido como PHVA (Planificar-Hacer-Verificar-Actuar). Ciclo que Edward Deming²⁵ (creador de la metodología PHVA) presentó como un ciclo dinámico que es compatible con cualquier proceso y cualquier organización, que puede sonar muy sencillo pero cuando se aplica de la mejor forma, resulta ser una gran herramienta que orienta a las actividades de una manera más organizada y eficaz al cumplimiento de sus planes.

²³ CASTILLO PINZÓN, Diana Milena y MARTÍNEZ TOBO, Juan Carlos. Enfoque para combinar e integrar la gestión de sistemas. 2 ed. Bogotá D.C.: ICONTEC, 1 de enero de 2010. ISBN F0000076230041.

²⁴ ATEHORTÚA, F. A.; BUSTAMANTE, R. E. y VALENCIA, J. A. Sistema de gestión integral. Una sola gestión, un solo equipo. Medellín: Editorial Universidad de Antioquía, 2009

²⁵ SARMIENTO M, José Manuel. Calidad sin límites. Ciclo PHVA [Online] Caracas, 24 nov. 2009. [Citado 25 de noviembre de 2012]. Disponible en <<http://nolimitsquality.blogspot.com/2009/11/el-ciclo-phva.html>>

Este ciclo fue adoptado por las normas ISO, y a continuación se definen tomando como referente la Norma Técnica Colombiana ISO 9001:

4.1.5. Gestión de procesos y PHVA. Existen muchos sistemas de gestión que podrían implementarse en una empresa, pero con fundamento al estudio realizado por González²⁶ es recomendable, por su viabilidad y resultados, implementar los modelos de las normas ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001, los cuales permiten alcanzar mayor competitividad que tanto se requiere para afrontar las amenazas del entorno y aprovechar las fortalezas de la empresa. Por esta razón se tomaran estas tres normas como referencia, para definir “procesos” y “phva” y lograr concebir cuál de estas plataformas es mejor.

Tabla 3. Definición de proceso y PHVA

NORMA	DEFINICIÓN
ISO 9001	<p>PROCESO: un conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados, que agregan valor para un cliente interno o externo</p> <p>PHVA: Planificar: establecer los objetivos y procesos necesarios para conseguir resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización.</p> <p>Hacer: implementar los procesos.</p> <p>Verificar: realizar el seguimiento y la medición de los procesos y los productos respecto a las políticas, los objetivos y los requisitos para el producto, e informar sobre los resultados.</p> <p>Actuar: tomar acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos.</p>
ISO 14001	<p>PROCESO: Esta norma define “proceso” de acuerdo a lo que promueve la ISO 9001</p> <p>PHVA: Planificar: establecer los objetivos y procesos necesarios para conseguir resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización.</p> <p>Hacer: implementar los procesos.</p>

²⁶ GONZÁLEZ VILORIA, Sheryl. Sistemas Integrados de gestión, un reto para las pequeñas y medianas empresas. [Online] Barranquilla, 3 de junio de 2011. [Citado 26 de noviembre de 2012]. Disponible en <http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/escenarios/volumen-9-no-1/art07.pdf> p. 76

	<p>Verificar: realizar el seguimiento y la medición de los procesos y los productos respecto a las políticas, los objetivos y los requisitos para el producto, e informar sobre los resultados.</p> <p>Actuar: tomar acciones para mejorar continuamente el desempeño del sistema de gestión ambiental.</p>
OHSAS 18001	<p style="text-align: center;">PROCESO: No está definido</p> <p>PHVA: El ciclo se encuentra definido de la siguiente manera PLANIFICAR: 1. Definir el proyecto 2. Analizar situación actual 3. Analizar causas potenciales 4. Planificar soluciones Hacer: Implementar soluciones Verificar: Medir resultados Actuar: Documentar la solución y estandarizar el mejoramiento</p>

Fuente: elaboración propia a partir de las ISO 9001:200, ISO 14001 y OHSAS 18001

Tal y como se muestra en la tabla 3 la norma ISO 14001 no define propiamente “proceso” , sin embargo establece que el PHVA es compatible con la gestión basada en procesos de la norma ISO 9001.

Con soporte a la tesis de Atehortúa, en donde considera a la ISO 9001 como directriz para conducir a la organización hacia mejoras del desempeño dentro de una estructura de procesos interrelacionados, la plataforma para integrar la RS para este proyecto va a ser el de la ISO 9001:2008,

La ISO 9001:2008 promueve la adopción de un enfoque basado en procesos, según lo que establece esta norma, que facilita de manera significativa el cumplimiento de los objetivos estratégicos y que es crítico para el éxito del negocio²⁷ . Este enfoque se compone de cuatro procesos fundamentales como son la responsabilidad de la dirección, la gestión de recursos, la realización del producto y la medición análisis y mejora, que con su interacción y tomando como insumos de entrada los requisitos de los clientes (flujo de información) se logre, una mayor satisfacción y cumplimiento de los mismos. Con el engranaje y funcionamiento de este sistema se tienen como resultado una mejora continua del sistema de gestión de la calidad de acuerdo con la NTC-ISO 9001:2008²⁸. Por esta razón la plataforma adoptada por la ISO 9001:2008 (ver figura 2) va a ser la seleccionada para enmarcar este proyecto.

²⁷ ARIAS COELLO, Alicia. Gestión de los procesos. Los procesos como actividad de valor en las organizaciones. Unidad didáctica 3. Universidad Católica de Manizales, Facultad de ciencias de la documentación. Manizales. 2010, p. 3

²⁸ INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN, ICONTEC. NTC ISO 9001. Op. Cit p.11

FIGURA 2. MODELO INTEGRADOR

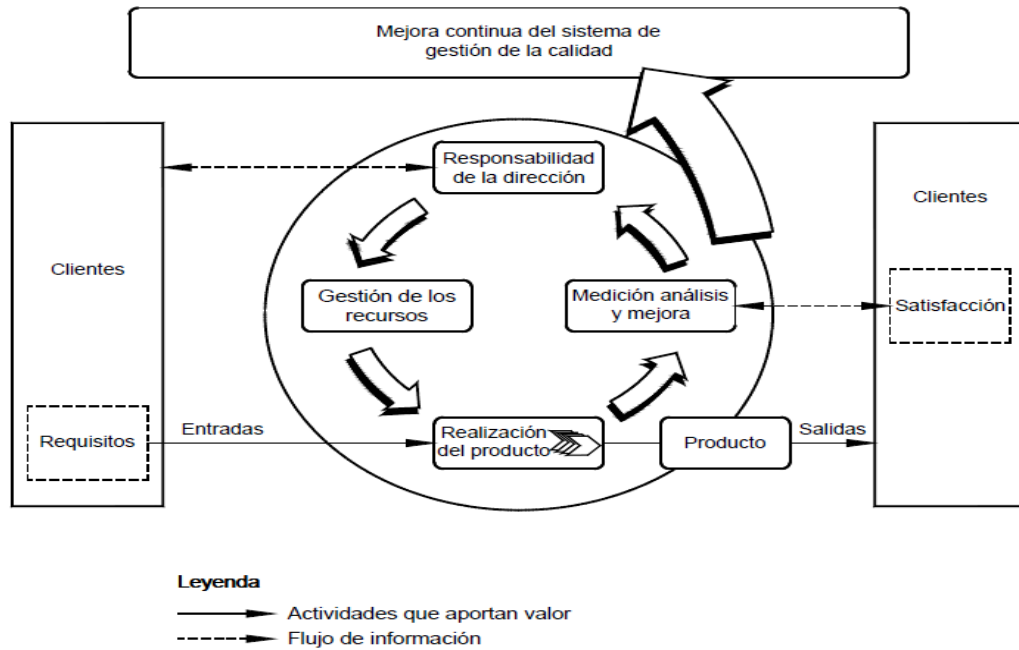


Figura 1. Modelo de un sistema de gestión de la calidad basado en procesos
 Fuente: NTC ISO 9001:2008 Sistemas de Gestión de la Calidad

Del mismo modo, cada uno de estos cuatro procesos está conformado por una serie de subtemas como se muestra en la tabla 4.

Tabla 4. Temas que conforman los procesos de la ISO 9001

PROCESO	TEMAS
Responsabilidad de la dirección	Compromiso de la dirección Enfoque al cliente Política de la calidad Planificación Responsabilidad, autoridad y comunicación Revisión por la dirección
Gestión de recursos	Provisión de recursos Recursos humanos Infraestructura Ambiente de trabajo
Realización del producto	Planificación de la realización del producto Procesos relacionados con el cliente Diseño y desarrollo Compras

	Producción y prestación del servicio Control de los equipos de seguimiento y medición
Medición y análisis de mejora	Seguimiento y medición Control de producto no conforme Análisis de datos Mejora

Fuente: elaboración propia a partir de la NTC ISO 9001:2008

4.1.6. Principios de la gestión de procesos²⁹

1. Orientación consciente hacia las necesidades y expectativas de los clientes.
2. Identificación del mapa de procesos de la organización.
3. Existencia de un patrón claro de propiedad que supervise y mejore el cumplimiento de todos los requisitos y objetivos de los procesos.
4. Identificación de los procesos clave.
5. Diseño o rediseño de los procesos clave.
6. Gestión de los procesos clave: control y mejora.
7. Gestión de los procesos transversales clave.
8. Aplicación de la gestión de la calidad al proceso: control, mejora y planificación de la calidad.
9. Existencia de un sistema de indicadores que permita evaluar la eficacia y eficiencia de los procesos, tanto desde el punto de vista interno (indicadores de rendimiento) como externo (indicadores de percepción).
10. Todos los procesos tienen que tener indicadores que permitan visualizar de forma gráfica la evolución de los mismos, para ello utilizamos el sistema **PHVA**. Tienen que ser planificados en la fase de **P** (Planificación), tiene que asegurarse su cumplimiento en la fase **H** (Hacer, desarrollar), tienen que servir para realizar el seguimiento en la fase **V** (comprobar) y tiene que utilizarse en la fase **A** (Actuar) para ajustar y/o establecer objetivos.
11. Todos los procesos tienen que ser auditados para verificar el grado de cumplimiento y la eficacia de los mismos; para esto es necesario documentarlos mediante procedimientos.

4.1.7. Mapa de Procesos. El mapa de procesos es una herramienta que facilita la visión general de la empresa, representando de manera gráfica los procesos de la empresa. Están clasificados en procesos estratégicos, procesos operativos y procesos de apoyo. Los procesos estratégicos “definen y ponen

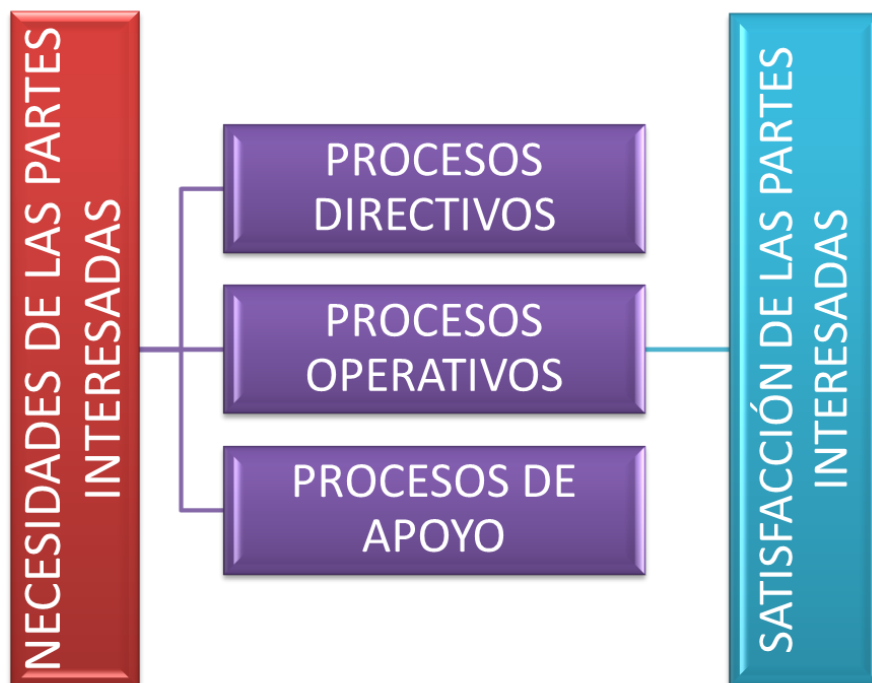
²⁹

ARIAS COELLO, Alicia Op. Cit., p6

en práctica la política y estrategia de la organización”;³⁰ los procesos operativos son “aquellos cuyo resultado se entregan al cliente externo”³¹; y los procesos de apoyo “dan soporte a los dos grupos de procesos anteriores”.³²

Estos procesos están siendo alimentados por las necesidades o requerimientos de los clientes, con el fin de lograr su satisfacción.

Figura 3. Mapa de procesos



Fuente: elaboración propia

4.1.8 CASO DE ÉXITOS

El implementar los sistemas integrados de gestión (SIG) en Multinsa, genera una serie de beneficios que son esperados y otros más estocásticos, sin embargo cada sistema de gestión contribuye de manera individual, es decir, la ISO 9001 le permite a la empresa mejorar sus procesos, que sus recursos

³⁰ ARIAS COELLO, Alicia Op. Cit., p. 24

³¹ Ibid., p. 24

³² Ibid., p. 24

(*) Tomado del documento de Alicia Arias Coello

tengan un mejor uso, ofreciendo mejores resultados y con un enfoque al cliente. Por otro lado la ISO 14001 logra que la empresa vea la importancia de preservar el ambiente, disminuyendo sus emisiones y posibles vertimientos; y finalmente con las OHSAS 18001 la organización consigue reducir potencialmente el número de accidentes producidos dentro y fuera de la entidad. Esto es a grandes rasgos y a groso modo lo que la implementación de los SIG genera en muchas empresas y en especial en Multinsa.

Sin embargo, los resultados que ofrece la integración de estos SIG con la responsabilidad social trabajado desde el punto de vista de la ISO 26000 es más tentadora, por lo que se pueden encontrar beneficios en diferentes áreas y esquemas de la organización, subrayando la parte financiera, operativa, marketing, bienestar social y hasta de desarrollo sostenible.

A continuación se muestra algunos ejemplos de éxito al implementar la responsabilidad social en las empresas.

Mejoramiento del desempeño financiero

- ✓ En 1999, un estudio publicado en *Business and Society Review*, mostró que 300 grandes corporaciones descubrieron que las empresas que hacían público su compromiso de honrar a sus códigos de ética, tuvieron **un desempeño tres veces mayor** a aquellas que no lo hicieron, tomando como parámetro el **valor agregado en el mercado**.
- ✓ En 1997, un estudio de la Universidad DePaul, demostró que las empresas con un compromiso corporativo definido en cuanto a principios éticos, tenían un **mejor desempeño financiero** que las que no lo hacían, como base en las ventas e ingresos anuales.
- ✓ Por solicitud de IBM Corp., David Lewin, profesor de la UCLA estudió a 156 empresas con el fin de determinar la relación entre las donaciones empresariales y el desempeño corporativo. El estudio demostró que las compañías que realizaban acciones sociales obtenían **tasas de retorno a sus inversiones** significativamente más altas. Lewin concluyó que "responsabilidad social corporativa puede, con el tiempo, **fortalecer el desempeño de los negocios**".
- ✓ Numerosos estudios han demostrado que las empresas con una sólida trayectoria en el área de medio ambiente, experimentan un **desempeño financiero** superior. Por ejemplo: En una comparación reciente entre las seis

empresas de la industria química con más altos desempeños ambientales y seis empresas con los más bajos, se encontró que aquellas con mejor comportamiento ambiental producen un retorno anual 9.2% mayor al de aquellas que se encuentran en los niveles más bajos de desempeño ambiental.

Reducción de costos operativos

- ✓ Diversas iniciativas de RSE, particularmente aquellas que están orientadas al medio ambiente y ambiente laboral, pueden reducir los costos y la improductividad drásticamente. Por ejemplo, un programa de reciclaje elimina los costos de desechos y genera ingresos mediante la venta de materiales reciclados. En el área de recursos humanos, las iniciativas de balance entre la vida personal y el trabajo, reducen el ausentismo e incrementan la retención y la lealtad de los empleados. Esto permite a las empresas ahorrar dinero al reducir los costos de contratación y entrenamiento.

- ✓ Existen cientos de casos prácticos de empresas que han reducido drásticamente sus costos debido a una disminución en sus desechos, la eficiencia energética, prevención de la contaminación y aprovechamiento de los recursos. Por ejemplo, *Dow Chemical Co.* y la *National Resource Defense Council (NRDC)* se asociaron para un proyecto de tres años que tiene el fin de reducir la producción de 26 químicos tóxicos a tan solo uno, en una de las plantas de *Dow*. La inversión de *Dow* de 3.1 millones de dólares le está ahorrando a la empresa 5.4 millones al año y, para muchos de sus negocios, se ha incrementado la calidad de los productos y la capacidad de producción. *Dow* planea replicar este proyecto en una planta petroquímica mayor.

- ✓ En 1997 *Whirlpool Foudation*, *Working Mother Magazine* y *Family Newsbrief* realizaron una encuesta a más de 150 ejecutivos sobre los beneficios de 40 iniciativas para mejorar el **ambiente laboral**. El resultado fue un listado de 16 ventajas para los negocios entre las cuales están: reducción del ausentismo y rotación, mayor satisfacción de los empleados y los consumidores, reducción de costos de salud, etc.

- ✓ En 1999 *HR Focus* reportó que la oficina de recursos humanos de *Ernst & Young* desarrolló un programa de retención de su personal que le llevo a tener ahorros por 21 millones de dólares.

Mejora de la imagen de marca y reputación

- ✓ Las prácticas socialmente responsables son altamente visibles para los consumidores y tienen el potencial de fortalecer o fragilizar la opinión del público con respecto a una empresa o a su marca. Una buena reputación por integridad y un fuerte compromiso con los consumidores puede generar lealtad y confianza y proveer un espacio de confianza en tiempos de crisis, teniendo un público más tolerante y más propenso a restaurar su confianza cuando la crisis termina. Del mismo modo, las prácticas que son vistas de manera negativa pueden menguar la imagen de marca y la reputación de una empresa, así esta tenga productos o servicios de muy alta calidad.
- ✓ Una empresa considerada como socialmente responsable, puede beneficiarse de su reputación ante comunidad e inversionistas, incrementando así la habilidad de su organización para atraer talento y capital. Por ejemplo, en 1997 un estudio llevado a cabo por dos profesores del *Boston College* demostró que construir relaciones sólidas con empleados, consumidores y comunidad, resulta más importante que generar utilidades, al buscar ser parte de la lista anual de Empresas más admiradas de la revista *Fortune*.
- ✓ La revista *Fortune*, sitúa la “responsabilidad social” entre los ocho criterios usados en su encuesta anual “Las empresas más admiradas”, conjuntamente con solidez financiera y calidad en la administración.
- ✓ Según un estudio de *Hill and Knowlton and Yankelovich Partners*, los estadounidenses piensan más favorablemente de aquellas empresas que focalizan sus actividades comunitarias en el estímulo del voluntariado de sus empleados y en la donación de productos; sólo un pequeño porcentaje considera que “dar una gran suma de dinero” es la acción corporativa más reconocida.
- ✓ Las empresas han utilizado la responsabilidad medioambiental como una manera de reforzar su reputación o imagen de marca, lo que, en retorno, ha servido para incrementar las ventas y atraer capital de inversión. En los Países Bajos, el valor en el mercado de *ITT Nokia* para televisores de 24 pulgadas se incrementó un 57% y su ingreso bruto un 73%, un mes después de que una revista de consumidores los calificara como los mejores productos, basándose en parte, en el consumo de energía, el reciclaje y la utilización reducida de materiales dudosos. En los EEUU, los consumidores gastan aproximadamente 110 billones de dólares en productos que identifican como “socialmente o ambientalmente progresivos”. Así mismo, las empresas que han integrado el factor ambiental en sus decisiones de negocios están

comenzando a ganar beneficios de instituciones financieras y compañías de seguros, según un informe del *Aspen Institute* efectuado en 1999³³

4.2. MARCO CONCEPTUAL

Para este trabajo de grado la parte conceptual se basa en las siguientes definiciones.

Responsabilidad Social. Es la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones³⁴

Procesos. Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entradas en resultados³⁵

PHVA. Método para la práctica del control, el control del proceso se establece a través del ciclo PHVA (planear, hacer, verificar, actuar) el cual está compuesto por las cuatro fases básicas del control planear, ejecutar, verificar y actuar correctivamente³⁶

Organización. Entidad o grupo de personas e instalaciones con responsabilidades, autoridades y relaciones establecidas y objetivos identificables³⁷.

Transparencia. Apertura respecto a las decisiones y actividades que afectan a la sociedad, la economía, y el medio ambiente, y voluntad de comunicarlas de manera clara, exacta, oportuna, honesta y concreta.³⁸

³³ FUNDACIÓN DEL EMPRESARIO CHIHUAHUENSE – FECHAC. ¿Qué Ventajas Otorga la RSE?. Chihuahua, Chich. México, s.f. (en línea) Citado el 18 de febrero de 2014. Prolongación Teófilo Borunda. Disponible en: < <http://www.fundacion.org.mx/web/rse3.php>>

³⁴ INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARIZATION. Social responsibility. Geneve: ISO, 2010. 4 p. (ISO 26000)

³⁵ INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARIZATION. Quality management system: Requirements. Geneve: ISO, 2008. 4 p (ISO 9001)

³⁶ UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Método de control de proceso [En línea]. <http://www.unalmed.edu.co/josemaya/Ing_prod/Control%20de%20Proceso-%20Metodo.pdf> [Citado en 25 de Noviembre de 2012]

³⁷ INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARIZATION. Social responsibility. Geneve: ISO, 2010. 4 p. (ISO 26000)

³⁸ Ibid., p. 4

Desarrollo Sostenible. Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades³⁹.

Partes Interesadas. Individuo o grupo que tiene interés en cualquier decisión i actividad de la organización⁴⁰

Sistema de Gestión. Sistema para establecer la política y los objetivos y para lograr dichos objetivos.

Nota. Un sistema de gestión de una organización puede incluir diferentes sistemas de gestión, tales como un sistema de gestión de calidad, un sistema de gestión de financiera o un sistema de gestión ambiental⁴¹

4.3. MARCO CONSTITUCIONAL Y LEGALES

Las normas constitucionales y legales aplicables para este proyecto son aquellas que tiene relación con las actividades desarrolladas por la empresa entre las cuales tenemos:

- Artículos 7, 8, 79,80 y 95 de la Constitución Nacional referente al medio ambiente.
- Ley 1480 del 2011 estatuto del consumidor
- Ley 2811 se 1974 Código nacional de recursos naturales renovables y del medio ambiente.
- Ley 100 de 1993 sistema de Seguridad Social Integral
- Ley 9 de 1979
- Ley 697 2001 uso racional y eficiente de la energía

4.4. MARCO NORMATIVO.

Para este trabajo de grado aplican las siguientes normas: ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, pero en su relevancia encontramos la guía técnica colombiana GTC: ISO 26000, el cual definiremos a continuación:

Para este trabajo de grado que involucra los sistemas de gestión integral y teniendo como base que MULTINSA es una empresa certificada en procesos de Calidad, gestión ambiental y en seguridad industrial y salud ocupacional tendremos como parte del marco normativo la ISO 9001, la ISO 14001 y las OHSAS 18001; pero la que registra mayor relevancia por ser la norma base del proyecto es la ISO 26000:2010 Guía de responsabilidad social la cual nos “proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, el reconocimiento de la responsabilidad social y el involucramiento con las

³⁹ Ibid., p.

⁴⁰ Ibid., p.

⁴¹ INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARIZATION. Quality management systems: Fundamentals and vocabulary. Geneve: ISO, 2005. p. 9. (ISO 9000)

partes interesadas, las materias fundamentales y los asuntos que constituyen la responsabilidad social y sobre las maneras de integrar un comportamiento socialmente responsable en la organización"⁴²

⁴² INSTITUTO URUGUAYO DE NORMAS TECNICAS .Guía de responsabilidad social: Introducción .UNIT-ISO 26000:2010 . Uruguay p. vii

5. METODOLOGÍA

5.1. FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología empleada para la investigación es de tipo mixta, es decir, que está conformada por una parte cuantitativa y otra cualitativa. En la parte cualitativa se aborda los siguientes métodos considerados por Galeano⁴³, la observación participante, los estudios de caso, la investigación documental y los grupos de discusión, y en la parte cuantitativa se aplicaron encuestas cuyos datos se analizaron con respecto a la plataforma de los Sistemas Integrados de Gestión.

5.2. DISEÑO METODOLÓGICO

A continuación se describe la forma de abordar la información requerida y lograr la consecución de los objetivos del proyecto.

5.2.1. Tipo de investigación. Para este trabajo de grado se utilizó el método multimodal que es la convergencia o fusión de los enfoques cuantitativo y cualitativo⁴⁴. Del mismo modo, el diseño del trabajo se clasifica como no experimental, sin incluir variables que podrían sesgar los resultados de la investigación. Igualmente, se involucra estudios de caso, transversal y exploratorio – descriptiva, debido a que se describe la situación de estudio de diferentes empresas que han experimentado los beneficios de haber implementado la responsabilidad social en sus empresas.

5.2.2. Método utilizado.

Los métodos utilizados de tipo cualitativo y cuantitativo, están estrechamente relacionados con la definición del problema y la consecución de los objetivos. Inicialmente tomó lugar la ejecución cualitativa, con el fin de recolectar información práctica para que seguidamente se pudieran formular las preguntas con un mejor enfoque, y con base a esta interacción poder complementar las interpretaciones.

5.2.3. Criterios de validez y confiabilidad. Tal como se había mencionado en los incisos anteriores, esta investigación es de tipo cualitativa y cuantitativa.

La confiabilidad depende de procedimientos de observación y documentación para describir detalladamente lo que está ocurriendo en un contexto determinado.

5.2.4. Diseño muestral.

⁴³ GALEANO MARÍN, María Eumelia. Estrategias de investigación cualitativa. El giro en la mirada. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas Universidad de Antioquia. Medellín: La Carreta Editores E. U., 2004. pp. 19-21
HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO. Pilar. Op. cit., p. 85

Este trabajo de grado se inscribe como diseño no probabilístico, en razón a su tipología mixta, por lo que la muestra fue seleccionada una parte con la fórmula estadística para población como es el caso de las encuestas a empleados y comunidad, más otra parte de forma selectiva por los investigadores, basado en la información que otorga la empresa objeto de estudio, como fue el caso de los proveedores, medio ambiente, clientes, alta dirección y competencia.

Instrumentos y técnicas

Los instrumentos que permitieron recolectar la información de este trabajo de grado fueron el cuestionario (Cuantitativa), la observación, la documentación y la entrevista (Cualitativos).

5.2.5. Estudio piloto. En miras de obtener el cuestionario final, se realizó una prueba piloto con el ánimo de mantener una buena confiabilidad y veracidad. Igualmente, esta prueba facilitó la detección de falencias en la formulación de las preguntas, en los tiempos de respuesta, y posibles inconvenientes de la misma.

5.2.6. Esquema temático y publicación

Con base en la norma NTC 1486 numeral 4.1.3, el Proyecto del Trabajo de Grado debe tener el siguiente contenido:

TÍTULO

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES

1.1.1 Antecedentes en el Contexto Mundial

1.1.2 Antecedentes en el Contexto Latinoamericano

1.1.3 Antecedentes en Colombia

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA (interrogantes)

2. JUSTIFICACIÓN

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO TEÓRICO

4.2 MARCO CONCEPTUAL

4.3 MARCO CONSTITUCIONAL Y LEGAL

4.4 MARCO NORMATIVO

5. METODOLOGÍA

5.1 FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.2 DISEÑO METODOLÓGICO

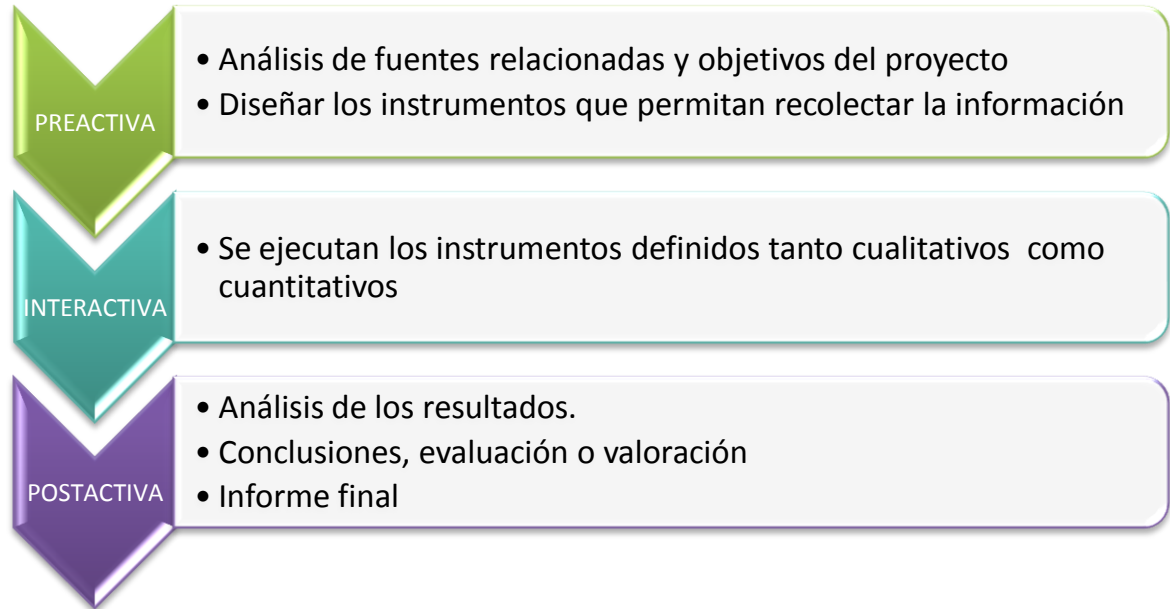
- 5.2.1 Tipo de investigación (Contiene las fuentes bibliográficas en las que se apoya)
- 5.2.2 Método utilizado
- 5.2.3 Criterios de validez y confiabilidad
- 5.2.4 Definición de hipótesis, variables e indicadores
- 5.2.5 Diseño Muestral: Universo y muestra (representativa o significativa)
- 5.2.6 Instrumentos y técnicas de investigación
- 5.2.7 Estudio piloto
- 6. Hallazgos y discusión de resultados
- 7. Conclusiones
- 8. Recomendaciones
- 9. Bibliografía

5.2.7. Momentos de la investigación. Para generar conocimiento el enfoque cuantitativo se fundamenta en el método de Galeano⁴⁵, considerando las siguientes premisas:

1. Fase preactiva: Se planifica el diseño metodológico y la organización de las actividades como se muestra en la figura 4.
2. Fase interactiva: Hace referencia a la ejecución del diseño metodológico, en donde se refleja la aplicación de campo y el trabajo sobre fuentes secundarias (ver figura 4)
3. Fase postactiva: Se realiza el análisis y las conclusiones finales, en esta fase se pueden incluir evaluaciones o valoraciones del campo aplicado.

GALEANO MARÍN, María Eumelia. Estrategias de la investigación cualitativa. Un giro en la mirada. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas Universidad de Antioquia. Medellín: La Carreta Editores, 2004. 239 p.

Figura 4. Fases metodológicas de la investigación



Fuente: elaboración propia

6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1.OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Identificar los aspectos específicos de los temas fundamentales de la RS que faciliten su implementación utilizando como plataforma los Sistemas Integrados de Gestión

6.1.1. Selección de asuntos de las 7 materias fundamentales

Se coordinó con el comité de gerencia de Multinsa S.A. (Conformado por el Gerente General, Gerente Financiero, Gerente técnico y coordinador HSEQ) un encuentro donde se les sustentó la intención del proyecto, los objetivos y más específicamente se les habló del concepto de las 7 materias fundamentales y sus asuntos, tal como lo expone la ISO 26000 de 2010.

Adicionalmente se realizó un paralelo entre los asuntos de las 7 materias fundamentales con los requisitos y actividades que se desarrollan en la plataforma del sistema integrado de gestión (ISO 9001, ISO 14001 Y OHSAS 18001) el cual se pudo mostrar la estrecha relación que existe entre dicha plataforma con algunos asuntos de las materias fundamentales, así como también se demostró la ausencia de otros.

Con base a ello, y con la intención de enfocar el proyecto en los asuntos que la empresa poco o nada ha trabajado, se ha realizado una matriz de priorización en donde el comité de gerencia seleccionó los asuntos que en su concepto son de importancia para la empresa pero reconocen no tener implementado actividades encaminadas a su cumplimiento.

La tabla 5 relaciona los asuntos considerados en el comité de gerencia:

Tabla 5. Asuntos a considerar en Multinsa

MATERIAS FUNDAMENTALES	ASUNTOS A CONSIDERAR	RELACIÓN CON LOS SISTEMAS DE GESTIÓN
Gobernanza de la organización		ISO 9001 ISO 14001 OHSAS 18001
Derechos Humanos	1. Debida diligencia 2. Situaciones de riesgo para los derechos humanos 3. Evitar la complicidad 4. Resolución de reclamaciones 5. Discriminación y grupos vulnerables	ISO 9001 ISO 14001 OHSAS 18001

	<ul style="list-style-type: none"> 6. Derechos civiles y políticos 7. Derechos económicos, sociales y culturales 8. Principios y derechos fundamentales en el trabajo 	
Prácticas Laborales	<ul style="list-style-type: none"> 1. Trabajo y relaciones laborales 2. Condiciones de trabajo y protección social 3. Dialogo social 4. Salud y seguridad ocupacional 5. Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo 	ISO 9001 OHSAS 18001
El medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> 1. Prevención de la contaminación 2. Uso sostenible de los recursos 3. Mitigación y adaptación al cambio climático (No se considera) 4. Protección del medio ambiente, la biodiversidad y restauración de hábitats naturales 	ISO 14001
Prácticas justas de operación	<ul style="list-style-type: none"> 1. Anti-corrupción 2. Participación política responsable (No se considera) 3. Competencia justa 4. Promover la responsabilidad social en la cadena de valor 5. Respeto a los derechos de la propiedad (No se considera) 	ISO 9001
Asuntos de consumidores	<ul style="list-style-type: none"> 1. Prácticas justas de <i>marketing</i>, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación 2. Protección de la salud y la seguridad de los consumidores 3. Consumo sostenible 4. Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias. 5. Protección y privacidad de los datos de los consumidores 6. Acceso a servicios esenciales (No se considera) 7. Educación y toma de conciencia 	ISO 9001
Participación activa y desarrollo de la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> 1. Participación activa de la comunidad 2. Educación y cultura 3. Creación de empleo y desarrollo de 	ISO 14001

	habilidades 4. Desarrollo y acceso a la tecnología 5. Generación de riqueza e ingresos (No se considera) 6. Salud 7. Inversión social	
--	--	--

Fuente: Autores del proyecto

6.2. OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Determinar los elementos del SIG de Multinsa S.A. que permitan la implementación de la RS

6.2.1. Aplicación de encuestas con base a la ISO 26000 de 2010

Para realizar la aplicación de las encuestas, fue importante en primera instancia definir cuáles son las partes interesadas que la empresa tiene definidas y cuáles recomienda la ISO 2600 considerar.

Multinsa tiene definida las siguientes partes interesadas

1. CLIENTES
2. EMPLEADOS
3. COMUNIDAD
4. MEDIO AMBIENTE
5. PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

Sin embargo la ISO 26000 establece una metodología para identificar las partes interesadas, el cual consiste en identificar las partes mediante las siguientes preguntas:

- ¿Con quién tenemos obligaciones legales?
- ¿Quién puede verse afectado positivamente o negativamente por las actividades de la organización?
- ¿Quiénes han sido involucrados cuando asuntos similares necesitaron ser abordados?
- ¿Quién puede ayudar a la organización a abordar impactos específicos?
- ¿Quién estaría en desventaja si fuera excluido del involucramiento?
- ¿Quién es afectado en la cadena de valor?⁴⁶

⁴⁶ INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARIZATION. Op. cit., p. 20

Y contestando estas preguntas se identificaron las siguientes partes interesadas o involucradas

1. Alta dirección.
2. Empleados y trabajadores.
3. Proveedores y contratistas.
4. Clientes o consumidores.
5. Competencia y mercados.
6. Entorno social cercano (vecindario, familiares).
7. Medio ambiente.
8. Entes reguladores (Gobierno)

Con base en lo expresado en el diseño metodológico, uno de los instrumentos a usar para la recolección de información fue la encuesta (Ver anexo N° A), esta encuesta tiene las siguientes características.

1. Describe la finalidad de su aplicación
2. Instrucción del diligenciamiento
3. Involucra todas las partes interesadas que la ISO 26000 propone
4. Las preguntas están formuladas con base a la ISO 26000.
5. Las encuestas responden al segundo y tercer objetivo específico

Para efectos de aplicación y tabulación del instrumento de medición, se determinó calcular la muestra bajo los parámetros de la estadística inferencial, debido a que esta permite sacar conclusiones generales para toda la población a partir del estudio de una muestra, y el grado de fiabilidad o significación de los resultados obtenidos⁴⁷; para el caso de Multinsa S.A. tenemos una población finita correspondiente a 207 empleados, entonces desde esta perspectiva usamos la siguiente fórmula⁴⁸ para calcular el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Tabla 6. Valores estadísticos – empleados

SÍMBOLO	SIGNIFICADO	VALOR	JUSTIFICACIÓN
n	Muestra		
Z	Nivel de confianza	1,96	La seguridad es

⁴⁷ DITUTOR. Muestreo Probabilístico <Online> (citado el 24 de julio de 2014) Disponible en: http://www.ditutor.com/inferencia_estadistica/estadistica_inferencial.html

⁴⁸ CANALES MARTINES, Anabel. Estadística Inferencia. Universidad Veracruzana. <online> (citado el 24 de julio de 2014) Disponible en: <http://www.slideshare.net/guest8a3c19/tamao-de-la-muestra-4141371>

			del 95%
P	Variabilidad positiva	0,05	La proporción esperada es del 5%
Q	Variabilidad negativa	0,95	q = 1 - p
N	Tamaño de la población	207	-
E	Precisión o el error	5%	-

Fuente: Autores del proyecto

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,05 \cdot 0,95 \cdot 207}{207 \cdot 0,05^2 + 1,96^2 \cdot 0,05 \cdot 0,95} \quad n = 54$$

Para la aplicación de la encuesta a empleados se tomaron una muestra 54 personas, con el cual se va a realizar la identificación de fortalezas y aspectos por mejorar desde el punto de vista de responsabilidad social. Para la aplicación de las encuestas de las demás partes interesadas se tomó una muestra intencional de los investigadores.

Muestra para la comunidad

Multinsa se encuentra ubicada en la comuna 3 de Barrancabermeja, más específicamente en el barrio La Libertad, el cual tiene una población de 2584 habitantes, por lo que la muestra para aplicar las encuestas es de 71 personas.

Tabla 7. Valores estadísticos – comunidad

SÍMBOLO	SIGNIFICADO	VALOR	JUSTIFICACIÓN
n	Muestra		
Z	Nivel de confianza	1,96	La seguridad es del 95%
P	Variabilidad positiva	0,05	La proporción esperada es del 5%
Q	Variabilidad negativa	0,95	q = 1 - p
N	Tamaño de la población	2584	-
E	Precisión o el error	5%	-

Fuente: autores del proyecto

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,05 \cdot 0,95 \cdot 2584}{2584 \cdot 0,05^2 + 1,96^2 \cdot 0,05 \cdot 0,95}$$

$$n = 71$$

Muestra para encuesta ambiental

Comité ambiental (Comité ambiental: Representante de departamento de producción, representante de SIG, representante alta dirección y representante comercial)

Muestra para proveedores.

Se solicitó a Multinsa cuántos y cuáles eran los proveedores de la empresa, para ello Multinsa contestó con una lista de 4 proveedores que son Ecopetrol, Conquimica, Distriaromas y Colserin; por lo tanto son a estos proveedores que se les aplicará la encuesta.

Muestra Clientes (Distribuidores mayoristas)

Se solicitó a Multinsa, más específicamente al Ingeniero Danny Yepes (Coordinador Departamento de Sistemas Integrados de Gestión, Multinsa S.A.) cuántos y cuáles eran los clientes (distribuidores) de la empresa, para ello Multinsa contestó con una lista de 4 clientes que son Autoservicio La Quinta, Lubrixel Codopetrol y Distribuciones Pastor Julio Delgado y cia.; por lo tanto son a estos clientes que se les aplicará la encuesta.

Muestra consumidores

Teniendo en cuenta que la población estimada de consumidores supera las 100.000 personas, es necesario usar la fórmula estadística a en Formula estadística población infinita

Tabla 8. Valores estadísticos – consumidores

SÍMBOLO	SIGNIFICADO	VALOR	JUSTIFICACIÓN
n	Muestra		
Z	Nivel de confianza	1,96	La seguridad es del 95%

P	Variabilidad positiva	0,05	La proporción esperada es del 5%
Q	Variabilidad negativa	0,95	$q = 1 - p$
E	Precisión o el error	5%	-

Fuente: autores del proyecto

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,05 * 0,95}{0,05^2}$$

$$n = 73$$

Muestra competencia

Para la muestra de la competencia se decidió solicitar una lista de la competencia directa de Multinsa, el cual la empresa emitió lo siguiente

Entre la competencia se encuentra:

A nivel nacional y departamental empresas tales como FAB, productos P&G, Eterna y Colgate. A nivel regional y local se encuentra Las Delicias

6.2.2 Validación de la encuesta

Las encuestas fueron realizadas con base al test de responsabilidad social empresarial que propone Horacio Martínez en su libro Responsabilidad Social y Ética Empresarial⁴⁹ y a su vez fue contrastado con los lineamientos de la ISO 26000, con el fin de mantener la norma modelo de este proyecto.

En un inicio se aplicaron 10 encuestas a diferentes personas tratando de abarcar todas las áreas de la empresa, tanto administrativa como operativa, con la finalidad de conocer si la formulación de las preguntas eran de fácil comprensión, si en la tabulación de las encuestas íbamos a encontrar las respuestas esperadas, revisar la aceptación de la encuesta por parte de los empleados o recibir cualquier apreciación que los encuestados pudieran aportar.

Como resultado del ejercicio de la prueba piloto, se pudo sacar las siguientes observaciones:

⁴⁹ MARTINEZ, Horacio. Responsabilidad Social y Ética Empresarial. 1ª. Ed. Bogotá Ecoe Ediciones. Enero de 2011. ISBN 978-958-648-695-8. 212 p.

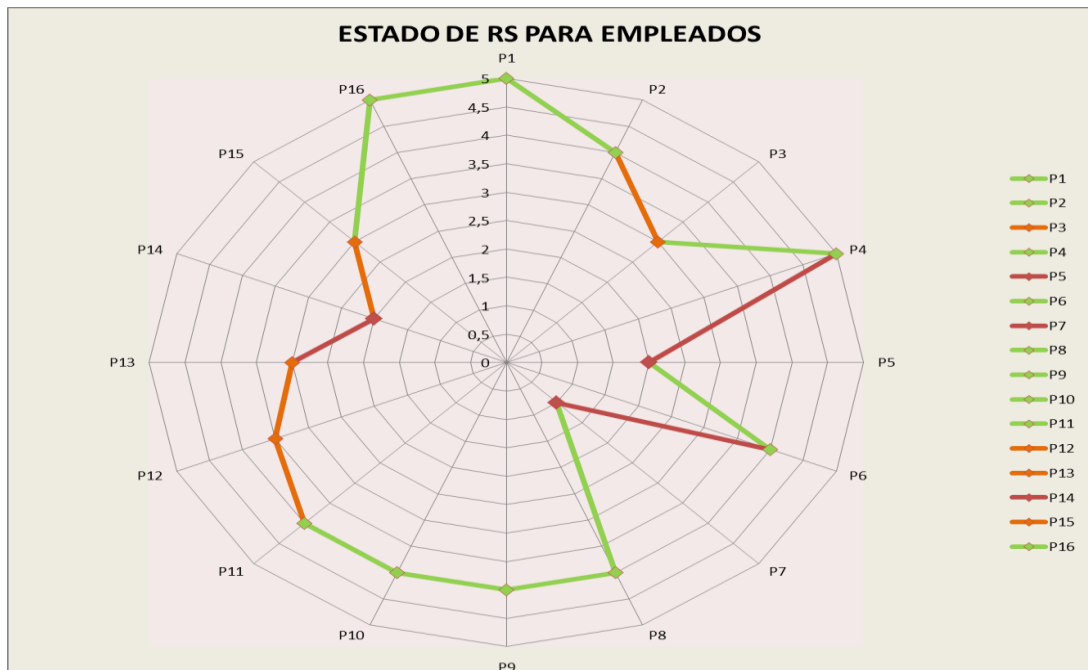
- Mejorar el rango de calificación debido a que en la prueba piloto los encuestados solo podían contestar “SI” o “NO” a cada pregunta, y muchas de las cosas que estaban formuladas en la encuesta tenían un grado de madurez mayor o menor; por esta razón el rango de valoración de la encuesta fue cambiado con una escala de 1 a 5 mejorando así la interpretación del grado de cumplimiento de la pregunta.
- Se formularon nuevas preguntas con el fin de incluir todos los asuntos considerados en el objetivo específico número 1.
- En la aplicación de la encuesta, hubo personas que no se les facilitaba la interpretación de las preguntas, por lo que fue necesario reformularlas.

6.2.3 Resultados de la encuesta

La sistematización de los resultados se realizó con base a cada parte interesada definida en el punto 6.2.1 del presente proyecto. Las gráficas constan de 3 colores, el verde que significa que el promedio de los encuestados califican la pregunta en un rango de 4 a 5, lo que define que la empresa se encuentra fortalecido en ese proceso. Por otro lado el color amarillo hace referencia a aquellas preguntas que su calificación oscila entre 3 y 3,9 y finalmente el color rojo representa las brechas que tiene la empresa en los asuntos de responsabilidad social, por lo que serán catalogados los aspectos por mejorar.

6.2.3.1 Resultados de encuestas aplicadas a empleados

Figura 5. Estado de RS para empleados



Fuente: autores del proyecto

- **P1:** Cuenta con un código de ética publicado en un documento el cual comparte y difunde y lo utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior de la misma
- **P2:** Se da participación del trabajador en la empresa, más allá de la mera actividad productiva de forma que este ponga en juego todas sus potenciales humanas.
- **P3:** Fomenta el trabajo en equipo, la participación en la toma de decisiones y el sentido de comunidad con políticas y acciones concretas entre su personal
- **P4:** Cuenta con mecanismos e instrumentos para escuchar y responder las sugerencias, ideas, peticiones y reclamaciones de los empleados
- **P5:** Cuenta con un plan para el desarrollo de los empleados, la calidad de vida de sus familias y/o prestaciones superiores a las de la ley
- **P6:** Implementa programas que refuerzan la seguridad y la salud de su personal en el lugar de trabajo
- **P7:** Se otorgan subsidios educativos o mecanismos que fortalezcan el desarrollo del personal
- **P8:** Se ayuda a los empleados en caso de calamidad doméstica
- **P9:** Maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como liquidaciones y despidos
- **P10:** Se da igualdad de oportunidades y de trato sin discriminación por motivos de asociación, origen étnico, género, posición económica, religión, ideología política, preferencia sexual o en situación de discapacidad
- **P11:** Ha incrementado en números o proporción de empleos femeninos, o de otros grupos minoritarios, en posiciones ejecutivas o directivas en años recientes.
- **P12:** Se paga una remuneración justa, adecuada a la aportación y al esfuerzo de cada uno en la empresa
- **P13:** Se procura la ocupación y promoción de personas con situación de discapacidad hasta donde estas no afecten el ejercicio de sus funciones en la empresa
- **P14:** Se comunica toda la información relevante a todos los niveles o áreas de la entidad
- **P15:** Se encuentra establecido un conducto regular para el manejo de conflictos entre empleados
- **P16:** La empresa cumple las leyes de derechos humanos, garantizando entre otras cosas que no exista discriminación, se respete la libre opinión, expresión, etc.

Tabla 9. Resultados estadísticos – empleados

	N° RESPUESTAS	%	PROMEDIO	RANGO	PROMEDIO GENERAL
Verdes	9	58,8%	4,3	(4 - 5)	3,5
Amarillo	4	23,5%	3,13	(3 - 3.9)	
Rojo	3	17,6%	1,67	(1 - 2.9)	

Fuente: autores del proyecto

Análisis: En este punto, los empleados cuentan con una serie de resultados favorables en responsabilidad social debido a que la empresa tiene implementado y certificado el sistema de seguridad y salud ocupacional OHSAS 18001, el cual le hace cumplir cabalmente con los requisitos legales acerca de riesgos de seguridad y salud ocupacional, la empresa ha regulado los valores éticos organizacionales que le permite tener una línea de comportamiento uniforme con todos los integrantes de la empresa, determinado como un mecanismo de prevención de las conductas de acoso laboral, por lo que apunta a un cumplimiento con las leyes de derechos humanos, evitando toda clase de discriminación o desigualdad con los integrantes de la empresa. Finalmente Multinsa tiene establecido un conducto regular efectivo para la comunicación interna donde son atendidas todas sus inquietudes u opiniones.

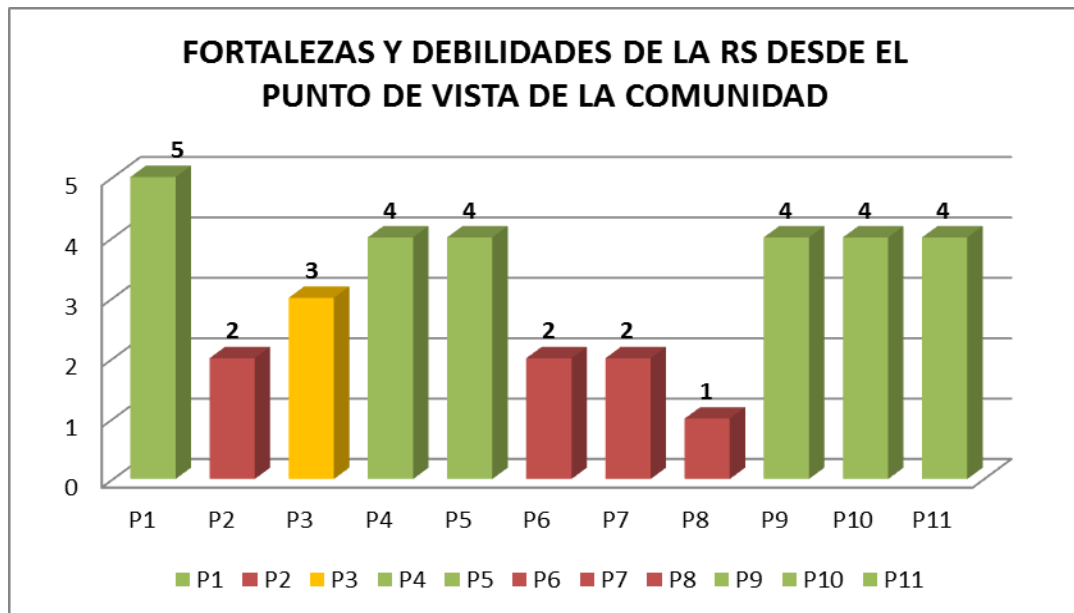
De los asuntos de RS considerados en la encuesta, 7 de las 16 preguntas tienen un cumplimiento favorable debido a la implementación de la norma OHSAS 18001.

Por otro lado, las preguntas que en su tabulación fueron diferenciadas de color rojo (por su bajo puntaje) son las brechas que tiene Multinsa para llegar a cumplir los asuntos de la responsabilidad social que establece la ISO 26000. Para el tema de los empleados se detectó que la organización no cuenta con un plan para el desarrollo de los empleados, que de alguna u otra manera pueda favorecer la calidad de vida de sus familias y reconocer prestaciones superiores a las establecidas en la Ley.

Adicionalmente se encontró que la empresa cuenta con un problema interno de comunicación a nivel organizacional, debido a que no se le hace saber a todas sus áreas la información relevante que surge de la misma, de acuerdo a los resultados de la pregunta 14.

6.2.3.2 Resultados de encuestas aplicadas a Entorno Social Cercano

Figura 6. Fortalezas y aspectos por mejorar de la RS - Comunidad



Fuente: autores del proyecto

P1: Se respetan los derechos humanos y las instituciones democráticas y se promueven donde sea posible

P2: La empresa invierte en conocer las particularidades de la comunidad local para identificar sus expectativas, necesidades y prevenir posibles conflictos que la operación de la empresa pueda llegar a suscitar respecto de sus costumbres y creencias

P3: Se preocupa por el bienestar de la comunidad donde está establecida y busca una mejora en sus condiciones de vida

P4: Se facilita, dentro de sus propios límites, la participación de los trabajadores en actividades cívicas de tipo cultural o recreativo, en la comunidad donde la empresa pertenece

P5: Se colabora a la comunidad en temas de seguridad y salubridad

P6: La empresa realiza donaciones a la comunidad

P7: Contribuye mediante programas específicos a la promoción del bienestar económico y social de las comunidades en las que opera.

P8: Destina parte del presupuesto de su publicidad a mensajes con interés o beneficio social.

P9: Adopta las medidas necesarias para garantizar que sus actividades no tengan impacto negativo sobre la comunidad donde las desarrolla

P10: Se asume la responsabilidad por daños o impactos negativos ocasionados en la comunidad que sean producto de la actividad realizada

P11: Se facilita a la sociedad toda la información necesaria sobre los productos

Tabla 10. Resultados estadísticos – comunidad

	N° RESPUESTAS	% EQUIVALENTE	PROMEDIO	RANGO	PROMEDIO GENERAL
Verdes	6	54,5%	4,16	(4 - 5)	3,18
Amarillo	1	9,1%	3,00	(3 - 3.9)	
Rojo	4	36,4%	1,75	(1 - 2.9)	

Fuente: autores del proyecto

Análisis:

Es de resaltar que existen leyes y políticas nacionales e internacionales que contribuyen a que las empresas tengan una buena relación con la comunidad. Es por ello que en esta tabulación se ve reflejado una apreciación positiva en el tema de derechos humanos teniendo en cuenta que la carta internacional de derechos humanos entre otras cosas establece, evaluar los posibles impactos que la empresa genera en el ejercicio de su funcionamiento, así como también de sus nuevos proyectos, el cual deben respetar los derechos de la comunidad local.

El estar certificado en los sistemas de gestión ISO 9001, ISO 14001 Y OHSAS 18001 ejerce una presión frente al cumplimiento de los requisitos legales, por lo que Multinsa tiene establecido como política desde la alta dirección garantizar que todos los requisitos legales y reglamentarios se cumplan cabalmente.

Si bien es cierto, el tener implementado un sistema de gestión ambiental, como es el caso de la ISO 14001, favorece directa o indirectamente no solo al ambiente como parte interesada sino además a la comunidad, teniendo en cuenta que este sistema cuenta con programas que velan por la salud y la seguridad humana en caso de alguna emergencia ambiental, emisiones atmosféricas, liberación de sustancias tóxicas o peligrosa, etc. Adicional a esto, la ISO 14001 busca la manera de mitigar o contrarrestar el principio que a medida que la población crece así mismo crece el consumo de recursos naturales.

Por otro lado, la norma ISO 9001 también presenta afinidad de cierta manera, teniendo en cuenta que para certificarse en esta norma la empresa debe demostrar que asume la responsabilidad por daños o impactos negativos ocasionados en la comunidad que sean producto de la actividad realizada, así mismo debe facilitar a la sociedad toda la información necesaria sobre los productos.

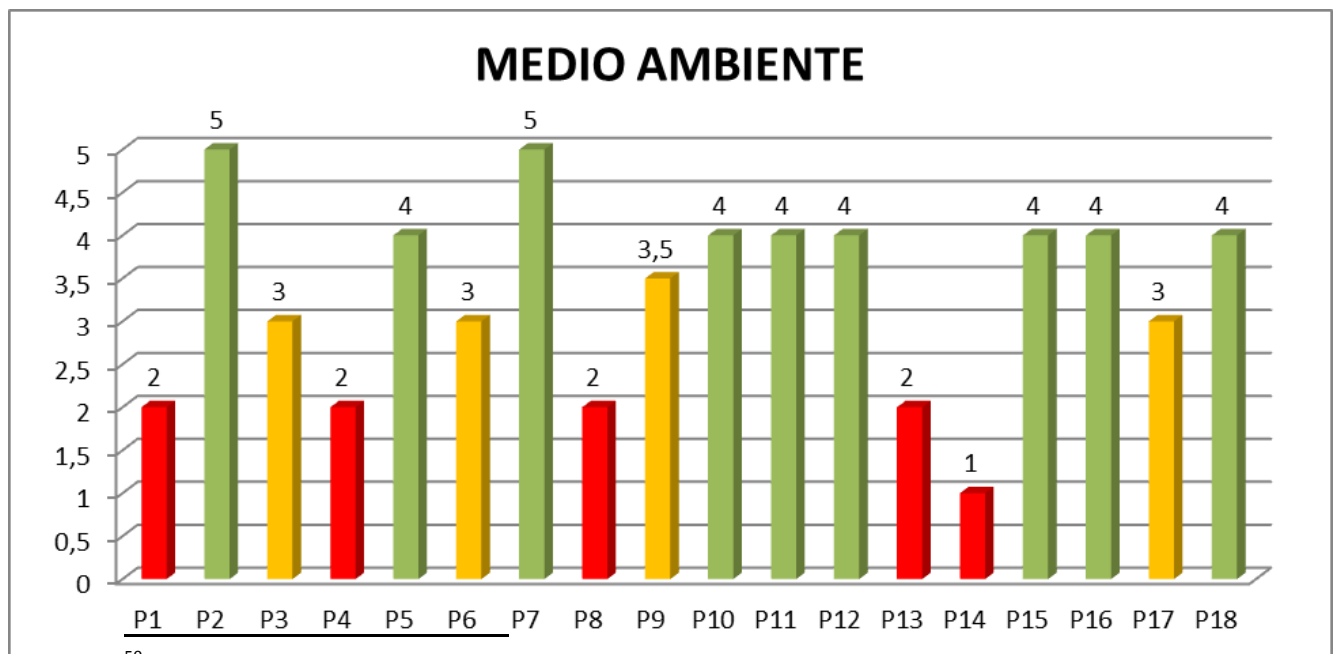
Igualmente, otra razón por el cual se obtuvieron respuestas favorables es a causa de una serie de políticas internas que son el indicio de una búsqueda de responsabilidad social.⁵⁰

Sin embargo, a pesar del cumplimiento y las fortalezas que se describieron anteriormente, todavía existen falencias detectas. Se encontró que la empresa no presenta interés en identificar las expectativas y/o necesidades de la comunidad donde se encuentra radicada, para que de alguna u otra manera puedan intermediar en la solución de dichas necesidades.

Finalmente, Multinsa no tiene establecido un programa en donde se impulse al desarrollo social y mejoramiento de la calidad de la comunidad mediante donaciones de cualquier índole.

6.2.3.3 Resultados de encuestas enfocadas al medio ambiente

Figura 7. Estado de responsabilidad social empresarial – Medio ambiente



⁵⁰ INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARIZATION. Social responsibility. Geneve: ISO, 2010. (ISO 26000); p.11

Fuente: autores del proyecto

- P1:** Realiza una “Auditoria Verde” (inventario de los recursos que la empresa utiliza y los desechos que produce) y opera programas para el mejor aprovechamiento de recursos y para minimizar la generación de desperdicios.
- P2:** Cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones y oficinas
- P3:** Opera sistemas o aparatos necesarios que disminuyan las emisiones contaminantes que produce
- P4:** Destina una partida de su presupuesto anual a programas de conservación o protección ambiental
- P5:** Se preocupa por que sus productos y desechos sean biológicamente neutros
- P6:** Se mantiene el equilibrio ecológico y se reponen los daños causados al medio ambiente en caso de cometerlos
- P7:** Realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental a familiares de su personal y a la comunidad inmediata a la empresa
- P8:** Adquiere productos y materia prima reciclables, minimizando el uso de materiales no degradables
- P9:** Cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos).
- P10:** Establece compromisos explícitos con el medio ambiente y se fija estándares para ellos, que incluyen metas formales (declaración de principios medioambientales).
- P11:** Mantiene sus activos (maquinaria, equipo, transporte, etc.) en niveles adecuados para la prevención de contaminación
- P12:** Se promueve la preservación y mejora del medio ambiente y la conservación de los recursos
- P13:** Utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores.
- P14:** Cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo.
- P15:** Entrega a sus consumidores información detallada sobre daños ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos o servicios
- P16:** Se imprime en los empaquetados o envases no retornables recomendaciones para evitar su abandono en lugares abandonados
- P17:** Se respeta en sus obras y construcciones, el equilibrio ecológico y urbanístico del entorno

P18: Se manejan con transparencia los desechos industriales de la empresa

Tabla 11. Resultados estadísticos – medio ambiente

	N° RESPUESTAS	% EQUIVALENTE	PROMEDIO	RANGO	PROMEDIO GENERAL
Verdes	9	50,0%	4,22	(4 - 5)	3,30
Amarillo	4	22,2%	3,12	(3 - 3.9)	
Rojo	5	27,8%	1,80	(1 - 2.9)	

Fuente: autores del proyecto

Análisis:

Aplicando la ISO 14001 Multinsa ha realizado acciones encaminadas al cuidado del medio ambiente como es el caso de:

- Tener una política divulgada al medio ambiente,
- Mitigar la huella de carbono: se le realizó cambio de combustóleo a gas,
- Tener políticas de ahorro de energía,
- Tener políticas de reducir, reusar y reciclar,
- productos ecológicos: Se constata su compromiso ambiental en la elaboración de sus productos ya que varios son biodegradables ayudando con ello a la no contaminación a las fuentes hídricas y el suelo.

La empresa aunque cumple con la certificación ISO 14001 de 2004 y va un poco más allá de lo que ésta solicita, demostrando ser la plataforma para la implementación de la responsabilidad social en la empresa, aún tiene algunas deficiencias respecto a lo que se necesita para ser reconocida como una empresa socialmente responsable; entre estas deficiencias son:

- La empresa no Realiza una “Auditoria Verde” (inventario de los recursos que la empresa utiliza y los desechos que produce) y no opera programas para el mejor aprovechamiento de recursos y para minimizar la generación de desperdicios.
- Multinsa no destina una partida de su presupuesto anual a programas de conservación o protección ambiental
- La empresa no adquiere productos y materia prima reciclables,

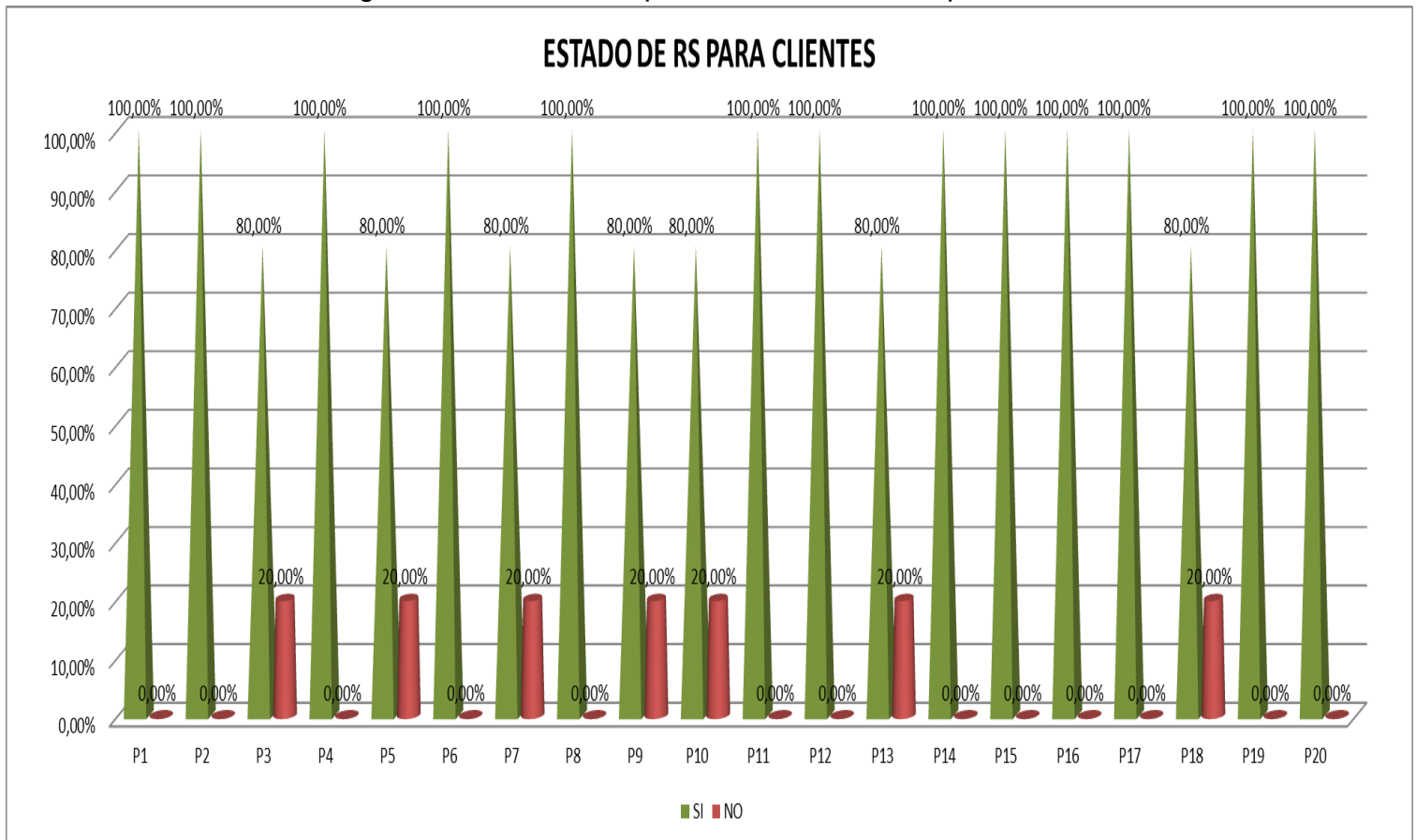
minimizando el uso de materiales no degradables

- La organización tiene definido los criterios ambientales para la selección de sus proveedores más no los hace efectivos.
- No cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo.

Multinsa tiene por destacar que ejecuta acciones que generan conciencia en los empleados en cuanto al cuidado del medio ambiente, creando una cultura de responsabilidad social en la empresa. Lo anterior conlleva a una situación precursora no solo al fortalecimiento de las prácticas de responsabilidad social en la empresa sino también al desarrollo sostenible de la comunidad.

6.2.3.4 Resultados de la encuesta aplicada a CLIENTES

Figura 8. Estado de responsabilidad social empresarial - Clientes



Fuente: autores del proyecto

- P1** Se asegura el respeto a la dignidad humana en los productos ofrecidos, técnicas de venta, publicidad.
- P2** No se coacciona al comprador ni se lo pone en situación de estrés emocional, aprovechándose así de ellos para vender
- P3** Se advierte explícitamente a los consumidores cuando los productos o servicios que ofrece son de uso restringido o representan riesgos potenciales para la salud
- P4** Se diseñan, producen y distribuyen los productos y servicios de forma que satisfacen las necesidades y garantizan la integridad y la seguridad de los consumidores y clientes
- P5** Se busca el consentimiento informado del cliente.
- P6** Se garantiza la calidad de los productos y servicios, y se oferta una justa relación calidad-precio.
- P7** Se procede a la inmediata subsanación de cualquier error de la producción o del servicio que altere las condiciones ofertadas.
- P8** Se aplican políticas de crédito uniformes para todo tipo de clientes.
- P9** Se hace todo lo posible para que el bienestar y la seguridad de los clientes sean conservados, o mejorados.
- P10** Se flexibilizan las políticas en tiempo de crisis económica de los clientes.
- P11** Se fomentan las asociaciones de usuarios para ofrecerles un mejor servicio
- P12** Se implementan departamentos de servicio al cliente.
- P13** Se cuenta con una cobertura de seguros que permita subsanar convenientemente los daños que puedan ser ocasionados por la actividad empresarial a personas o bienes ajenos.
- P14** Se busca mejorar continuamente los productos.
- P15** Se retiran del comercio los productos dañosos para la salud.
- P16** En la publicidad se aclara la naturaleza del producto, y se informa al consumidor de todo, incluso de aquello que podría afectar la decisión de compra

P17 Se trata a los clientes con honradez en todos los aspectos de las transacciones comerciales, ofreciéndoles un alto nivel de servicios y solución a sus reclamaciones

P18 Se mantiene la información sobre los precios disponible para el público en general

P19 Se maneja con confidencialidad la información de los clientes

P20 No se desfigura el producto o su imagen mediante procedimientos o técnicas que inducen cuando menos a confusión con otra marca.

Tabla 12. Resultados estadísticos – Clientes

PROMEDIO	
Verdes	93%
Rojos	7%

Fuente: autores del proyecto

Análisis

Tal y como se puede apreciar en la gráfica “Estado de RS para clientes”, la empresa se encuentra en un alto grado de cumplimiento con respecto a los lineamientos establecidos para esta parte interesada, pues el 65% de las preguntas son totalmente favorables y el otro 35% en un 80% favorable. Esto se debe en gran parte gracias a la implementación y certificación de la ISO 9001 de 2008, el cual cuenta con una serie de requisitos enfocados a la satisfacción del cliente, como por ejemplo, ofrecer información del producto, la atención a quejas y retroalimentación de las mismas, mejorar los productos en relación al cliente, seguimiento a la percepción del cliente, entre otras.

En este contexto, la empresa no solo busca que sus productos no hagan daño al ambiente sino también busca al máximo no representar un riesgo para la salud de las personas, informando claramente el contenido del producto.

Desde el punto de vista de Gobernanza, La organización tiene definidas políticas en consideración de los clientes como parte interesada, como reflejar el respeto de la dignidad humana en los productos ofrecidos, asumir la responsabilidad de cualquier error del producto o el servicio, establece un proceso permanente de comunicación mediante la asociación de usuarios en donde se toman en cuenta

los intereses de ellos, se trata a los clientes con honradez en todos los aspectos de las transacciones comerciales, entre otras.

En los derechos humanos Multinsa tiene compromisos para evitar que alguno de sus procedimientos, actividades u operaciones tengan una incidencia en el respeto a los derechos humanos de las personas y clientes de la compañía

Por otro lado y como políticas internas de la empresa, se hace todo lo posible para que el bienestar y la seguridad de los clientes sean conservados, se flexibilizan las políticas en tiempo de crisis económica de los clientes, se oferta una justa relación calidad-precio y se aplican políticas de crédito uniformes para todo tipo de clientes.

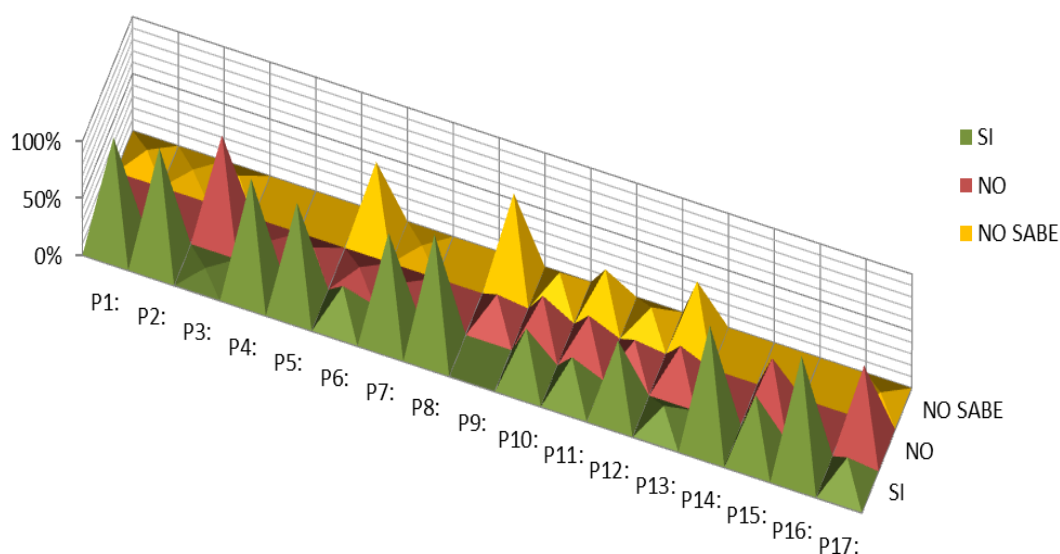
Desde esta perspectiva, el plan de responsabilidad social para el caso Multinsa no tendrá en cuenta los clientes como parte interesada a mejorar, teniendo en cuenta que Multinsa viene aplicando prácticas que contribuyen a una buena relación con sus clientes.

6.2.3.5 Resultados de encuestas enfocadas al consumidor

A continuación se muestra la grafica del resultado de la encuesta aplicadas a los 73 consumidores.

Figura 9. Estado de responsabilidad social empresarial – consumidores

ESTADO DE RS CON LOS CONSUMIDORES



	P1:	P2:	P3:	P4:	P5:	P6:	P7:	P8:	P9:	P10:	P11:	P12:	P13:	P14:	P15:	P16:	P17:
■ SI	92%	96%	4%	96%	88%	28%	88%	100%	0%	44%	32%	60%	16%	100%	52%	100%	24%
■ NO	0%	0%	84%	4%	12%	8%	8%	0%	24%	36%	32%	24%	32%	0%	48%	0%	68%
■ NO SABE	8%	4%	12%	0%	0%	64%	4%	0%	76%	20%	36%	16%	52%	0%	0%	0%	8%

Fuente: autores del proyecto

P1: Se asegura el respeto a la dignidad humana en los productos ofrecidos, técnicas de venta, publicidad.

P2: No se coacciona al comprador ni se lo pone en situación de estrés emocional, aprovechándose así de ellos para vender

P3: Se advierte explícitamente a los consumidores cuando los productos o servicios que ofrece son de uso restringido o representan riesgos potenciales para la salud (Niños, embarazadas, condiciones de almacenamientos, etc.)

P4: Se diseñan, producen y distribuyen los productos y servicios de forma que satisfacen las necesidades y garantizan la integridad y la seguridad de los consumidores

P5: Se garantiza la calidad de los productos y servicios, y se oferta una justa relación calidad-precio.

P6: Se procede a la inmediata subsanación de cualquier error de la producción o del servicio que altere las condiciones ofertadas.

P7: Se responde a las expectativas del consumidor que el mismo fabricante ha contribuido a generar

P8: Se proporciona a nuestros clientes productos y servicios de la máxima calidad, de acuerdo con sus especificaciones

P9: Se cuenta con una cobertura de seguros que permita subsanar convenientemente los daños que puedan ser ocasionados por la actividad empresarial a personas o bienes ajenos.

P10: Se busca mejorar continuamente los productos.

P11: Se retiran del comercio los productos dañosos para la salud.

P12: En la publicidad se aclara la naturaleza del producto, y se informa al consumidor de todo, incluso de aquello que podría afectar la decisión de compra

P13: Se busca el consentimiento informado del cliente para hacer uso de la información de carácter personal, y por ende se demuestra total control de dicha información.

P14: No se desfigura el producto o su imagen mediante procedimientos o técnicas que inducen cuando menos a confusión con otra marca.

P15: La empresa realiza marketing responsable donde se refleje información como precauciones al producto, información de la organización, entre otros.

P16: Se tienen medidas para atender y prevenir las quejas y reclamos de los consumidores

P17: Multinsa tiene mecanismos para transferir conocimientos o educar al consumidor que no solo le permitan hacer comparaciones entre productos sino conocer los impactos que conllevan al comprar el producto.

Tabla 13. Resultados estadísticos – consumidores

	N° RESPUESTAS	PROMEDIO
SI	16	53,18%
No	12	22,35%
No sabe	11	17,65%

Fuente: autores del proyecto

Análisis

Se puede sustraer que 11 de las 17 preguntas fueron contestadas por una inclinación positiva, es decir prevaleció las respuestas en “SI”, claro está, en unas más evidente que en otras.

Revisando los criterios de la ISO 9001 se encuentra una afinidad entre el cumplimiento de estos requisitos y la inclinación positiva de estas 11 preguntas, por lo cual se puede afirmar que la norma ISO 9001 sirve como plataforma para implementar las prácticas de responsabilidad social en la empresa.

Para el caso de las respuestas catalogadas como “NO SE”, 11 de las 17 preguntas tuvieron alguna respuesta en este campo, de las cuales 4 preguntas tuvieron una mayor inclinación o representación en el campo “NO SE” que en “SI” o “NO”. Bajo este contexto se puede concluir que se existe una incertidumbre o desinformación en los consumidores, por lo que la empresa debe fortalecer esta campo.

Finalmente, para las respuestas catalogadas en “NO” tan solo hubo dos (2) preguntas que obtuvieron una mayor representación en esta opción de respuesta, sin embargo fueron 12 las preguntas que tuvieron alguna participación en las respuestas catalogadas como “NO”.

6.2.3.6 Respuestas enfocadas a la Alta Dirección

Las siguientes gráficas representan el resultado de las encuestas aplicadas desde el punto de vista de las 7 materias fundamentales y los asuntos considerados por el comité de Gerencia de Multinsa.

Resultados de las preguntas										
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
2	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5

Figura 10. Estado de la responsabilidad social empresarial – alta dirección



Fuente: autores del proyecto

P1: ¿La organización hace rendición de cuentas por sus impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente?

P2: ¿Se promueve la transparencia en la toma de decisiones y actividades desarrolladas?

P3: ¿El comportamiento de la organización es basado en valores éticos tales como honestidad, equidad e integridad?

P4: ¿La empresa respeta, considera y responde a los intereses de sus partes interesadas?

P5: ¿La organización respeta y cumple las leyes nacionales y regulaciones internacionales aplicables a la empresa incluyendo los derechos humanos?

P6: ¿Se cuentan con estrategias, objetivos y metas que reflejen el compromiso hacia la responsabilidad social?

P7: ¿Cuenta con un sistema de incentivos económicos y no económicos asociados al desempeño en responsabilidad social?

P8: ¿Se usa eficientemente los recursos financieros, naturales y humanos?

P9: ¿La organización promueve oportunidades justas para que los grupos minoritarios, (grupos raciales, étnicos, minusválidos) puedan ocupar cargos directivos?

P10: ¿establecen procesos de comunicación para dar informar sobre temas organizacionales o resolver posibles conflictos?

P11: ¿Mantienen registro de la implementación de las decisiones para asegurar que dichas decisiones se llevan a cabo de manera socialmente responsable?

Análisis

Referente a la Alta Dirección y su cumplimiento con los lineamientos de la RS, se tienen resultados altamente positivos, como consecuencia del trabajo desarrollado durante años para implantar el SIG; el cual exige una alta participación y compromiso de parte de la Gerencia como máximo órgano de la empresa.

El cumplimiento de los requisitos mínimos que exige el SIG y la visión de la empresa desde la alta gerencia por dar siempre algo más en pro del ser considerada una empresa socialmente responsable, hace que la totalidad de las materias fundamentales estén contempladas desde esta parte interesada donde solo el poco desarrollo de algunos aspectos como lo son la Rendición de cuentas y en menor grado las oportunidades para grupos minoritarios, impiden que se pueda tener un cumplimiento total de la norma.

Estos dos aspectos estarán incluidos en el siguiente objetivo como es el plan de elementos faltantes con el ánimo de dar cumplimiento a la norma desde esta parte interesada

6.2.3.7 Resultados de encuestas enfocadas a proveedores

Multinsa facilitó la lista de sus proveedores, Ecopetrol, Conquimica, Distriaromas y Colserin con el objetivo de poder aplicar el instrumento para recopilar información y entender el estado de responsabilidad social que tiene la empresa desde el punto de vista de sus proveedores.

Tabla 14. Resultados encuesta proveedores

ENCUESTA A PROVEEDORES		RESPUESTAS			
		ECOPETROL	CONQUIMICA	DISTRIAROMAS	COLSERIN
1	¿Percibe usted que la empresa ejerce políticas de anti monopolio?	SI	SI	SI	SI
2	¿Considera que la empresa cuenta con una política de Responsabilidad Social en el proceso de compras y velan por que sus clientes también la tengan?	SI	SI	SI	SI
3	¿Multinsa ejerce políticas de anti dumping y cumple con la legislación de competencia justa?	SI	SI	SI	SI
4	¿La empresa tiene establecido procedimientos y otros mecanismos para evitar involucrarse o ser cómplice de conductas anti-competencia?	SI	SI	SI	SI
5	¿Multinsa ha realizado supervisiones o algún otro tipo de procedimiento para verificar o garantizar que usted como proveedor no realice prácticas injustas a sus trabajadores o vulnere los derechos humanos?	NO	NO	NO	NO
6	¿Multinsa le ha exigido tener una certificación ambiental (ej. ISO 14001) o políticas ambientales para poder acceder a la negociación? En caso de ser negativa la respuesta ¿ha presentado dificultades para contratar sin tener este requisito?	NO	NO	NO	NO

7 ¿Cómo cree usted que Multinsa asume la responsabilidad del pago a sus proveedores?	SI, DE MANERA MENSUAL	SI, DE MANERA MENSUAL O TRIMESTRAL	SI, DE MANERA MENSUAL	SI, LO ESTIPULADO CONTRACTUALMENTE
8 ¿Multinsa le exige la documentación necesaria para verificar que usted es una empresa legítima y cuyas prácticas están bajo el marco legal apropiado? ¿por ejemplo qué documentación?	SI, CAMARA DE COMERCIO, RUT, ISOS, FACTURACIÓN	SI, CAMARA DE COMERCIO, RUT, ANTECEDENTES	SI, RUT, CAMARA DE COMERCIO	SI, CAMARA DE COMERCIO, RUT, ISO'S
9 ¿Considera usted que Multinsa da preferencia a los proveedores locales contribuyendo al desarrollo local?	SI	SI	SI	SI

Fuente: autores del proyecto

Análisis

De la anterior gráfica se puede apreciar que Multinsa se encuentra en un buen nivel de cumplimiento con los proveedores desde el punto de vista de responsabilidad social. El interés más común de un proveedor como parte interesada es la puntualidad en los pagos, el cumplimiento con las deudas y con las obligaciones contractuales y con base a la información anterior podemos afirmar que Multinsa ha estado cumpliendo en estas y otras cosas más que también benefician a los proveedores como por ejemplo contar con políticas anti-monopolio, anti-dumping, anti-competencia, además promueve la RS en su proceso compras.

No obstante, la empresa puede seguir mejorando su estado de responsabilidad social con los proveedores y que éstos a su vez también cuenten con actividades de responsabilidad social mediante supervisiones a sus prácticas y/o involucrar criterios de RS en las negociaciones, tal como lo sugiere la norma ISO 9001.

6.2.3.8 Resultados de entrevista a Competencia.

Tabla 15. Resultados entrevista a competencia

ENCUESTA A COMPETENCIA		RESPUESTAS
LAS DELICIAS		
1	¿Percibe usted que la empresa ejerce políticas de anti monopolio?	SI

2	¿Considera que la empresa cuenta con una política de Responsabilidad Social en el proceso de compras y velan por que sus clientes también la tengan?	SI
3	¿Multinsa ejerce políticas de anti dumping y cumple con la legislación de competencia justa?	SI
4	¿La empresa tiene establecido procedimientos y otros mecanismos para evitar involucrarse o ser cómplice de conductas anti-competencia?	SI
5	¿Cómo ha sido la relación con Multinsa?	Se estableció un acuerdo por medio del cual no se debe comercializar por ninguna de las dos partes, productos al mercado que conlleven al consumidor a una confusión por causa imitaciones o similitudes en la presentación comercial de los productos.

Fuente: autores del proyecto

Análisis

Aunque la competencia como parte interesada no tiene mucha afinidad con las normas implementadas en el sistema de gestión integral, la empresa como precursor de la responsabilidad social presenta actividades socialmente responsables con la competencia, no obstante siguen en la búsqueda de seguir madurando este proceso, manteniendo una competencia justa y promoviendo la responsabilidad social con otras organizaciones

6.3 OBJETIVO ESPECÍFICO 3: Estructurar el plan para implementar los elementos faltantes en Multinsa S.A. que permitan alcanzar la Responsabilidad Social y ser un factor diferenciador empresarial

6.3.2 Plan para Implementar los Elementos Faltantes para alcanzar la RS de Multinsa S.A basados en la ISO 26000:2010

El plan que se presenta para la Implementación de los elementos faltantes de RS en Multinsa tiene como meta cerrar las brechas que tiene la empresa en su organización y funcionamiento para ser considerada una empresa socialmente responsable, faltantes que fueron identificados en los diferentes análisis para revisar el estado de la responsabilidad social con sus partes interesadas.

El plan, es un conjunto de actividades las cuales consideran los autores necesarias para lograr cerrar las brechas entre lo que Multinsa es y lo que debe llegar a ser para cumplir con las recomendaciones de la Norma ISO 26000 base de este proyecto, pero deja en libertad a la empresa para que lo desarrolle de la manera que Multinsa mejor considere.

La estructura del plan fue creada a partir de la Guía orientadora para el desarrollo planes de acción de la Universidad Nacional de Colombia⁵¹ el cual propone trabajar con el esquema básico de la planeación estratégica. Aunando este esquema con el contexto de este proyecto, la estructura del plan quedará como se muestra en la tabla 16.

⁵¹ UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Guía Orientadora para el Desarrollo de Planes de Acción de Facultades e Instituto de la Sede Bogotá. [en línea]. Versión 1.0. Bogotá, julio 2012 [citado el 20 de agosto de 2014]. Disponible en <file:///D:/Users/usuario/Downloads/Guia_PlanesFac_e_Inst_SBogota.pdf>

Tabla 16. Plan para implementar los elementos faltantes de RS en Multinsa

MATERIA FUNDAMENTAL	PARTE INTERESADA BENEFICIADA	OBJETIVO	ACCIONES	ALTERNATIVAS DE IMPLEMENTACIÓN	PLAZO	RESPONSABLE	META	INDICADOR
	Empleados y trabajadores	Mejorar la calidad de vida de los empleados y sus familias mediante la capacitación en diferentes áreas de trabajo que les permitan poder obtener mejores ingresos y/o satisfacción personal entre otras cosas	Contar con un plan para el desarrollo de los empleados, la calidad de vida de sus familias y/o prestaciones superiores a las de la ley	Horarios de trabajo razonables, pensando en las responsabilidades del hogar	Largo plazo	Alta Dirección	Disminuir el ausentismo en un 40%, pasando de un 10.38% a un 6.22 %	Ausentismo \leq 6.22%
				Instalaciones para el cuidado de los niños o similares	Largo plazo	Departamento de recursos humanos		
				Promover los ascensos internos	Corto plazo	Departamento de recursos humanos	Copar el 100% de las vacantes mediante el concurso de ascenso siempre y cuando esto sea posible o aplicable	# Ascensos posibles/ # Ascensos realizados
				Programas para reducir el impacto de las enfermedades infecciosas y el consumo de drogas	Corto plazo	Departamento de salud ocupacional	Promover la salud de los empleados y prevenir las enfermedades	Disminuir la tasa de morbilidad en la empresa
Prácticas Laborales	Empleados y trabajadores	Fidelizar al trabajador mediante la generación de estímulos educativos	Otorgar subsidios educativos o mecanismos	Otorgar subsidios de carreras técnicas, tecnológicas, y/o profesionales	Largo plazo	Departamento de recursos humanos	Entregar mínimo 2 subsidios al año	# solicitudes presentadas/ #solicitudes aprobadas

		a empleados y familiares.	que fortalezcan el desarrollo del personal	Entregar facilidades para la financiación de matrículas (préstamos a corto plazo sin intereses)	Largo plazo	Alta Dirección y Departamento financiero	Aumentar el nivel educativo de la empresa	# solicitudes presentadas/ #solicitudes aprobadas
				Realizar convenios con entes educativos y de formación técnica como el SENA que faciliten el ingreso a los empleados y familiares a talleres o cursos de formación en diferentes artes o áreas de trabajo que faciliten a las familias obtener más ingresos y mejorar su calidad de vida	Mediano plazo	Departamento de recursos humanos, Y SIG	Capacitar el 40% del núcleo familiar del personal de la empresa en diferentes talleres, cursos u otro tipo trabajo	sumatoria de familiares capacitados/ total sumatoria de núcleo familiar
				Facilidades para estudiar en otras ciudades, como por ejemplo permisos para el desplazamiento, viáticos, entre otras.	Corto plazo	Departamento de recursos humanos	Aumentar las posibilidades de estudiar en entidades con altos estándares de calidad	Tasa de empleados estudiando en otras ciudades

Gobernanza	Empleados y trabajadores	Desarrollar una estrategia que permita dar a conocer la información relevante de la empresa que pueda ser masificada a todos los niveles de la misma	Comunicar toda la información relevante a todos los niveles o áreas de la entidad	Masificar la información a todas las áreas de la empresa a través de carteleras, videos, internet y otros medios que la empresa estime conveniente	Corto plazo	Alta Dirección, SIG	que el 100% del personal tenga conocimiento de la información relevante de la empresa	Número de solicitudes de información solicitada por desconocimiento o sobre información que haya sido divulgada
Participación activa y Desarrollo de la Comunidad	Comunidad	Involucrar a la comunidad como parte interesada contribuyendo al bien común y al fortalecimiento de la sociedad	Conocer las particularidades de la comunidad local para identificar sus expectativas, necesidades y prevenir posibles conflictos que la operación de la empresa pueda llegar a suscitar respecto de sus costumbres y creencias	Enviar un representante de la empresa a participar en las reuniones de Junta de acción comunal del barrio, contribuyendo a la búsqueda de soluciones	Corto plazo	Alta Dirección	Participar en el 80% de las reuniones de Junta de acción comunal	N° reuniones asistidas/N° reuniones programadas
Participación activa y Desarrollo de la Comunidad	Comunidad		Capacitar a los empleados en el respeto a los valores y prácticas tradicionales de la comunidad	Corto plazo	Departamento de Recursos Humanos	1 capacitación semestral	N° de capacitaciones programadas / capacitaciones ejecutadas	
Participación activa y Desarrollo de la Comunidad	Comunidad	Contribuir al desarrollo de la comunidad mediante la contribución de recursos orientados a	Emprender inversiones sociales en la comunidad relacionadas	Realizar donaciones a la comunidad	Largo plazo	Alta Dirección	3% de la utilidad para donaciones	% Donaciones

		mejorar aspectos sociales	con sus operaciones	Involucrar a la comunidad en los convenios educativos de la entidad con el objetivo de aumentar los niveles de cualificación de la comunidad	Mediano plazo	Departamento de Recursos Humanos	35% de participación de la comunidad	% de participación a estos convenios
				Posee mecanismos para estimular proveedores, accionistas y otras partes interesadas a hacer donaciones	Mediano plazo	Departamento de Compras	lograr la participación de 3 proveedores o accionistas	N° de donaciones por parte de proveedores o accionistas
Participación activa y Desarrollo de la Comunidad	Comunidad	Mejorar la dimensión económica, social, cultural, de la comunidad, lo que promueve un nivel más alto de bienestar	Contribuir mediante programas específicos a la promoción del bienestar económico y social de las comunidades en las que opera.	Interactuar con entidades locales estableciendo alianzas para maximizar su contribución con el desarrollo local	Mediano plazo	Departamento SIG	Concretar 5 alianzas o proyectos para el desarrollo social	N° de alianzas o proyectos realizados
				Realiza en la comunidad, campañas educativas y/o de interés público	Mediano plazo	Departamento SIG	3 campañas al año	N° de campañas educativas realizadas
				Contar con una política para emplear a personas de la comunidad local	Corto plazo	Departamento de Recursos Humanos	el 30% de los empleados deben pertenecer a la comunidad local	% de participación de empleados de la comunidad local

El Medio Ambiente	Medio Ambiente	Realizar el inventario de los recursos que la empresa utiliza y los desechos que produce con el ánimo de crear programas para disminuir el consumo y mejorar aprovechamiento de los recursos	Realizar una "Auditoria Verde" (inventario de los recursos que la empresa utiliza y los desechos que produce) y opera programas para el mejor aprovechamiento de recursos y para minimizar la generación de desperdicios.	Realizar las respectivas mediciones del inventario ambiental: Agua - Consumo y generación de vertimientos, Aire - Generación de emisiones atmosféricas, Suelo - Uso Contaminación, Residuos - Peligrosos, no Peligrosos, Energía - Consumo, otros Paisaje, Uso de publicidad externa, Invasión de espacio público, Ruido. Realizar programas de aprovechamiento de los recursos, Nuevas mediciones	Mediano plazo	Departamento de SIG	Tener el 100% del inventario ambiental y desarrollar programas para aprovechamiento de los recursos y minimización de desperdicios	Número de programas ejecutados / programas elaborados
El Medio Ambiente	Medio Ambiente	Retribuir al entorno parte del beneficio obtenido por el uso del mismo	Destina una partida de su presupuesto anual a programas de conservación o protección ambiental	De acuerdo a los programas que salgan como resultado de la auditoria verde y avanzando en temas como la medición de huella de carbono y retribuyéndola en programas de sostenibilidad ambiental como es la reforestación de la ciénaga san silvestre	Mediano plazo	Departamento de SIG	pagar la huella de carbono de la empresa	certificación de pago huella de carbono

El Medio Ambiente	Medio Ambiente	Disminuir contaminación mediante la selección de proveedores usando criterios ambientales	Utilizar criterios ambientales para la selección de sus proveedores	Ejecutar en la práctica lo establecido en las políticas de la empresa en la selección de proveedores mediante criterios ambientales	Mediano plazo	Departamento de SIG	selección del 100% de los proveedores mediante criterio ambiental	Número de proveedores escogidos mediante criterio ambiental/ total de proveedores
El Medio Ambiente	Medio Ambiente	Disminuir la contaminación mediante la reutilización de envases	Contar con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo.	elaborar un programa de recolección de residuos pos consumo el cual se puede desarrollar en conjunto con los distribuidores instalando puntos de recepción en los principales supermercados y puntos de mayor venta premiando mediante sorteo a los clientes por contribuir con el programa	mediano plazo	Departamento de SIG	recolectar el 30% del envase	cantidad de envase recuperado por mes/ cantidad de envase utilizado por mes
El Medio Ambiente	Medio Ambiente y Comunidad	Minimizar la exploración de recursos naturales, el impacto ambiental de nuestra sociedad urbano-industrial sobre el medioambiente	Adquirir productos y materia prima reciclables, minimizando el uso de materiales no degradables	Reciclaje pre-consumo, reprocesando los materiales sobrantes o desperdiciados	Mediano plazo	Departamento de producción	Aprovechar por lo menos el 80% de material sobrante (residuos del proceso de producción)	% material residual reprocesado
				Reciclaje pos-consumo, reprocesando o reutilizando los envases usados por el consumidor	Largo plazo	Departamento de producción y Departamento de SIG	Reutilizar el 35% de los envases pos consumo	%envases reprocesados o reutilizados

Gobernanza	Alta dirección , comunidad	Hacer una debida Rendición de cuentas sobre los impactos causados por la empresa debido a sus acciones y decisiones.	Todas las áreas deberán hacer su respectiva rendición de cuentas sobre las decisiones y acciones desarrolladas,	Toda área de la empresa deberá responder sobre las acciones tomadas en cada uno de sus procesos y deberá asumir su responsabilidad por ellas sean estas positivas o negativas teniendo como base que a mayor complejidad o relevancia, mayor sea el nivel de claridad.	inmediato	Alta Dirección	0 quejas por silencio administrativo	número de quejas internas y externas por silencio administrativo
Gobernanza	Alta dirección, trabajadores grupos minoritarios	Dar cumplimiento al principio de dar oportunidades justas a los grupos minoritarios de ocupar cargos directivos	Promover el ascenso por méritos a cargos directivos de representantes de grupos minoritarios	a medida que se presenten oportunidad de copar puestos en el área directiva, tener como prioridad y siempre cuando cumplan los requisitos exigidos para el cargo, personas con discapacidad o pertenecientes a grupos minoritarios	Mediano plazo	Alta Dirección	Tener en cargos directivos personas representantes de grupos minoritarios	Número de cargos directivos en personas de grupos minoritarios/ número de cargos directivos
Consumidores	Consumidores, Clientes y medio ambiente	Advertir o actuar de manera proactiva cuando los productos son de uso restringido o representan riesgos potenciales para la salud (Niños, embarazadas, condiciones de almacenamientos,	Incluir en su marketing y etiquetas, información completa, precisa y comprensible sobre aspectos de salud y seguridad	Informar acerca del el uso indebido del producto, el tipo de material o residuo que genera, mención de productos químicos peligrosos, emisión que genera, compatibilidad con otros productos, condiciones ambientales de almacenamiento, etc.	Corto plazo	Departamento Comercial	Aumentar la confianza y el marketing responsable en los consumidores	Obtener más del 80% en las estadísticas de marketing responsable y etiquetado

		etc.)	relacionada con el producto	Retirar del mercado inmediatamente los productos que salgan con defectos en sus características físicas o incluso en su misma información	Mediano plazo	Departamento de producción y comercial	Disminuir el número de casos que se puedan presentar ante un evento adverso con el producto	N° casos presentados/N° casos gestionados
				Evaluar el riesgo para grupos específicos, tales como niños o mujeres en estado de embarazo	Mediano plazo	Departamento de producción y comercial		
Consumidores	Consumidores, Clientes y medio ambiente	Empoderar al consumidor a tomar decisiones de compra fundamentadas en criterios socialmente responsables	Educar al consumidor con el fin que éste tenga la capacidad de evaluar y comparar productos desde todos sus aspectos.	Educar al consumidor en temas de: - Salud - Seguridad del producto - Riesgos derivados del uso - Protección al ambiente - Consumo sostenible - Disposición final adecuada - Insumos de la fabricación del producto - Características del producto	Corto plazo	Departamento de producción y comercial	Más del 70% de los consumidores conozca los criterios de RS para fundamentarse en el momento de la compra	% consumidores educados
Prácticas Justas de Operación	Proveedores y clientes	Influir sobre los clientes y proveedores para que promuevan buenas prácticas de responsabilidad social	Realizar supervisiones o algún otro tipo de procedimiento para verificar o garantizar que usted como	Supervisiones para verificar las prácticas a sus trabajadores y demás partes interesadas	Mediano plazo	Departamento de SIG	Realizar por lo menos 1 supervisión anual a cada cliente y proveedor	N° supervisiones realizadas/N Supervisiones programadas
				Verificar que no se vulneren los derechos humanos	Mediano plazo	Departamento de SIG		

			cliente o proveedor no realice prácticas injustas, ilegales o en contra de la responsabilidad social	Proporcionar apoyo a sus clientes o proveedores sobre asuntos de responsabilidad social y mejores prácticas	Mediano plazo	Departamento de SIG	Sensibilizar a clientes y proveedores en la implementación de prácticas de RS	# de asesorías brindadas
--	--	--	--	---	---------------	---------------------	---	--------------------------

Fuente: autores del proyecto

6.4 Impactos esperados

1. Un año de comercialización ininterrumpida para Multinsa representa un ingreso por servicios facturados de 70.000 millones de pesos (Datos estimados del año 2012), y con la integración de la responsabilidad social en la empresa se proyecta aumentar el desempeño financiero de Multinsa en un 10% pasando sus ingresos anuales a 77.000 millones de pesos.
2. Multinsa S.A cuenta con 207 empleados y en promedio un empleado se ausenta por motivos bien sea personales o por razones médicas 2 días al mes, es decir que al año representan 24 días, pero además se estima que mensualmente se pierden cerca 6 horas a causa de llegadas tarde o retrasos, o sea que al año representan 72 horas que equivalen a 3 días.

El indicador para obtener el índice de ausentismo se calcula dividiendo la cantidad de días que faltó el empleado entre la cantidad de días de trabajo efectivos al año

$$\text{Ausentismo en Multinsa} = \frac{24+3 \text{ días}}{260 \text{ días}} = 10.38\%$$

Con este proyecto y con fundamento en los resultados esperados descritos anteriormente se pretende disminuir el ausentismo en un 40%, pasando de un 10.38% a un 6.22 % aumentando así la lealtad y productividad de los empleados y por consiguiente reduciendo la contratación innecesaria.

7 CONCLUSIONES

El propósito fundamental del presente trabajo de grado fue demostrar cómo los sistemas integrados de gestión conformados por la ISO 9001, ISO 14001 Y OHSAS 18001 pueden servir como plataforma para consolidar las buenas prácticas de responsabilidad social en la empresa, para este caso, en Multinsa S.A. Esto con el fin de promover un desarrollo sostenible, promoviendo la salud y el bienestar, involucrando todas las partes interesadas. Adicional a esto, Multinsa también quiere ser un factor diferencial en el sector empresarial, influenciando a que demás organizaciones también inicien una práctica socialmente responsable.

Es importante resaltar que existen una serie de normas como alternativas para usarlas a modo referentes en la implementación de prácticas de responsabilidad social, entre las más destacadas encontramos la AccountAbility AA 1000, la Social Accountability SA 8000, SGE 21, entre otras. Sin embargo, la ISO 26000 tiene la facultad de alinearse con las normas ISO 9001, ISO 14001 Y OHSAS 18001 el cual son la plataforma del sistema de gestión de Multinsa, es por ello que fue la ISO 26000 el marco normativo referente para esta investigación.

No obstante, la ISO 26000 consta de 7 materias fundamentales que a su vez son integrados por una serie de asuntos, el cual no es del todo importante reconocer todos los asuntos más sí todas las 7 materias. Por ello, en la definición del primer objetivo específico se coordinó una reunión con el comité de gerencia de la empresa con el fin de resolver cuáles eran los asuntos que iban a ser parte de este estudio y cuáles no se iban a considerar.

Dentro de esta reunión se logró percibir que no todos los asuntos son de importante consideración para el caso de Multinsa, por lo que identificando prioridades se define lo siguiente:

- Para la norma ISO 26000 es indispensable no sólo considerar la materia fundamental de derechos humanos sino que además todos sus 8 asuntos, por tal motivo estos 8 asuntos fueron objeto de estudio y análisis.

A nivel general, Multinsa presenta un excelente cumplimiento con respecto a los parámetros de los derechos humanos debido a que se reconoce la importancia de estos derechos mediante el cumplimiento de la Declaración Universal de Derechos Humanos; porque además de respetar el derecho a la vida o a la libertad, también contribuyen al desarrollo integral de sus empleados, brindando

facilidades para acceder a programas de educación continua. No obstante el objetivo de implementar acciones de responsabilidad social implica que la empresa también deba involucrar a sus demás partes interesadas, por ello el plan involucra el desarrollo integral de familiares, comunidad y velar para que sus proveedores y clientes también velen por el cumplimiento de los derechos humanos.

- De las prácticas laborales, el comité de gerencia definió que todos los 5 asuntos deberían considerarse para este proyecto.

No obstante, la certificación en OHSAS 18001 ha sido el factor exógeno por medio del cual Multinsa tiene un mayor cumplimiento de requisitos mínimos en la empresa, con procesos estandarizados, disposición de procedimientos para resolución de conflictos, desarrollo educativo de los empleados, buenas condiciones de trabajo, programas de formación, salud y seguridad industrial, entre otros; mostrándose como una empresa de alto cumplimiento a las recomendaciones que propone la ISO 26000:2010. Sin embargo Multinsa puede seguir mejorando mediante la implementación de otro tipo acciones de prácticas laborales que se proponen en el plan, objetivo de este proyecto.

- En la materia fundamental del medio ambiente, hubo un (1) asunto que no se consideró y se denomina “Mitigación y adaptación al cambio climático”.

Multinsa tiene un cumplimiento de hasta el 72,2% en prácticas de responsabilidad social, por lo que existe un 27,8% que se puede fortalecer con mejores prácticas tales como implementar programas de auditorías verdes, destinar un rubro presupuestal a la gestión ambiental, utilizar criterios ambientales para la selección de proveedores, contar con un programa de recolección de residuos pos consumo, entre otras.

En promedio Multinsa tiene una calificación de 3,75 en una escala de 5, aunque es un resultado favorable por la misma condición de estar certificado en la ISO 140001, tiene unas oportunidades para seguir mejorando, tal como precede en el párrafo anterior.

- Para las prácticas justas de operación se consideraron 3 de los 5 asuntos, de tal modo que no fueron considerados el asunto de “Participación política responsable” y el “Respeto a los derechos de la propiedad”

La competencia local (Las delicias), tiene un buen concepto de Multinsa en cuanto a prácticas de responsabilidad social hacia la competencia, se evidencia que existe una buena relación entre ambas partes, Multinsa no presenta intenciones de monopolizar en el mercado, o aplicar prácticas de competencia desleal.

- En el caso de los asuntos de consumidores, por motivos evidentes la empresa no consideró “acceso a servicios esenciales”

En las estadísticas arrojadas a partir de las encuestas aplicadas a los consumidores, se pudo deducir que: La materia fundamental de consumidores presenta un 60% favorable, un 22,35% medianamente favorable y un 17,65% totalmente desfavorable, aunque no es un resultado que demuestre un bajo compromiso con los clientes también es un resultado que se muestra un poco frívolo desde el punto de vista de responsabilidad social lo que implica que Multinsa todavía tiene oportunidades de mejora, amentando las acciones favorables tal como se propone en el plan del objetivo específico 3.

Cabe resaltar que la ISO 90001 va orientada a la satisfacción del cliente o consumidor, por lo tanto es ostensible que el 60% favorable que Multinsa logró conseguir en las estadísticas es a causa de la certificación de esta norma. Entre los aspectos más importantes por mejorar encontramos el educar al consumidor en todos los aspectos del producto, incluyendo los impactos que este genere al ambiente; e igualmente el informar al consumidor cuando el producto represente un riesgo para la salud y en especial a grupos minoritarios tales como niños o embarazadas.

- Finalmente para la participación activa y desarrollo de la comunidad no se dio consideración el asunto “Generación de riqueza e ingresos”

La comunidad es una parte interesada que Multinsa no tenía identificada, y dentro de los resultados que se pueden apreciar de la tabulación de las encuestas está un 54,5% favorable con la responsabilidad social, ese porcentaje se deriva de las mismas acciones o prácticas que se realizan para el medio ambiente, es decir que la comunidad se beneficia indirectamente por las prácticas orientadas a la protección y preservación del medio ambiente.

Así mismo, otra parte del porcentaje favorable que se obtuvo fue gracias a las leyes o normas nacionales teniendo en cuenta que éstas no son antagónicas con la ISO 26000 y en cambio sí, estas leyes pueden tener conceptos extrapolables de normas de responsabilidad social

Conclusiones adicionales

Para determinar los elementos del sistema integrado de gestión que fueron plataforma para implementar las prácticas de responsabilidad social fue necesario usar un instrumento para recolectar información, teniendo en cuenta los criterios estadísticos, las gráficas y los análisis se pudo concluir que las tres normas ISO 9001, ISO 14001 Y OHSAS 18001 tuvieron aportes por lo menos en una de las 7 materias fundamentales, no obstante todas las materias fundamentales tuvieron relación con alguna de estas 3 normas; aunque quien tuvo más prevalencia y participación fue la norma ISO 9001 el cual se vio involucrada en 5 de las 7 materias fundamentales.

Igualmente se pudo determinar que estas normas tuvieron una participación o influencia en las 7 materias fundamentales de aproximadamente el 69% lo que quiere decir que realmente es importante contar con una plataforma si se quiere consolidar prácticas de responsabilidad social basados en la ISO 26000:2010.

Finalmente, en la estructura del plan se logró incorporar acciones que beneficiarán directamente a todas las partes interesadas. Básicamente se incorporó una serie de columnas donde se especifica la materia fundamental al cual corresponde la acción, la parte que se beneficiará, el objetivo de la acción, las alternativas que los autores del proyecto otorgan a la empresa para encaminar el cumplimiento del objetivo, el plazo, la meta y el indicador.

8 RECOMENDACIONES

Las prácticas de responsabilidad social que se apliquen para diferentes partes interesadas, deberán tener la misma importancia por igual, es decir, razonablemente las partes interesadas más involucradas siempre son los clientes y consumidores teniendo en cuenta que de ahí provienen los ingresos de la empresa, no obstante la ISO 26000 establece que debe existir un equilibrio entre las 7 materias fundamentales, lo que implica que todas las partes interesadas tengan la misma importancia.

Por otra parte, se recomienda a Multinsa mantener actualizada la plataforma de sistema de gestión integral con la que se encuentra actualmente (ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001) sabiendo que el operar un SGI brinda ventajas comparativas y deriva estrategias para conseguir ventajas competitivas.

Sin embargo es importante que con la transversalidad de estas normas y en consolidación de las buenas prácticas de la ISO 26000 se logre persuadir y/o generar conciencia en las personas involucradas con la empresa, formando una nueva cultura de una actitud participativa y dispuesta en cuanto al análisis, planificación y ejecución del sistema de gestión integral en consolidación con la ISO 26000.

Así mismo se recomienda a la empresa que para involucrar a todas las partes interesadas se realice un encuentro a modo de diálogo donde se comparta las intenciones de la empresa con las partes interesadas. Aunque es importante que se realice con todas las partes interesadas es importante reconocer que no es posible involucrarse con todos ellos, es por ello que deberá manejar representantes por cada uno de ellos.

La manera de abordar el plan objeto de este proyecto, se recomienda que se maneje el modelo integrador que establece la ISO 9001, y es el denominado ciclo PHVA y de esta manera lograr conseguir los resultados en los tiempos estipulados y apuntando a la mejora continua

9 BIBLIOGRAFIA

- ARIAS COELLO, Alicia. Gestión de los procesos. Los procesos como actividad de valor en las organizaciones. Unidad didáctica 3. Universidad Católica de Manizales, Facultad de ciencias de la documentación. Manizales. 2010.
- ATEHORTÚA, F. A.; BUSTAMANTE, R. E. y VALENCIA, J. A. Sistema de gestión integral. Una sola gestión, un solo equipo. Medellín: Editorial Universidad de Antioquía, 2009. 231p.
- BAUMAN, Zygmunt. La globalización: consecuencias humanas. Fondo de Cultura Económica, México. 2001
- CAMPOS ARENAS, Agustín. Métodos mixtos de investigación. Integración de la investigación cuantitativa y la investigación cualitativa. Bogotá: Investigación Magisterio, 2009. 87 p.
- CÁRDENAS, Mauricio; REINA, Mauricio. La minería en Colombia: impacto socioeconómico y fiscal [Online]. Colombia: B - Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo, 2008. [citado 20 octubre de 2012] Disponible en: <<http://site.ebrary.com/lib/bibliotecaustasp/Doc?id=10565664&ppg=83>>
- CASTILLO PINZÓN, Diana Milena y MARTÍNEZ TOBO, Juan Carlos. Enfoque para combinar e integrar la gestión de sistemas. 2 ed. Bogotá D.C.: ICONTEC, 1 de enero de 2010. ISBN F0000076230041
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social en las empresas. Bruselas. 2001
- CORREDOR, consuelo. Desarrollo Económico y Social, Siglo XX En: La modernización inconclusa. Universidad Nacional de Colombia. [Online] [Citado 28, Octubre, 2012]. Disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/795/4/266_-_3_Capi_2.pdf >
- FRIEDMAN, Milton y FRIEDMAN, Rose. Libertad de elegir. 1 edición en español, Ediciones Grijalbo. Madrid-España, 1980. 277 p.
- GONZÁLEZ VILORIA, Sheryl. Sistemas Integrados de gestión, un reto para las pequeñas y medianas empresas. [Online] Barranquilla, 3 de junio de 2011. [Citado 26 de noviembre de 2012]. Disponible en

<http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/es_cenarios/volumen-9-no-1/art07.pdf> p. 76

- HEINCKE, Mónica. La responsabilidad social empresarial: ¿una herramienta para el desarrollo local sostenible en Colombia? [Online] Colombia: Red Revista Opera, 2009. p 16. [citado 30 de octubre de 2012] Disponible en: <<http://site.ebrary.com/lib/bibliotecaustasp/Doc?id=10311968&ppg=16>>
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO. Pilar. Metodología de la investigación. 5ª.ed. México: McGraw-Hill, 2010. pp. 149-154.
- INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Sistemas de gestión de la calidad: fundamentos y vocabulario. ICONTEC. NTC ISO 9001, Bogotá D.C.
- MARTINEZ, Horacio. Responsabilidad Social y Ética Empresarial. 1ª. Ed. Bogotá Ecoe Ediciones. Enero de 2011. ISBN 978-958-648-695-8. 212 p.
- NACIONES UNIDAS. El Pacto Mundial [online]. Sección de servicios de internet. [Citado 12 de octubre de 2012]. Disponible en <<http://www.un.org/es/globalcompact/>>
- PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA. Responsabilidad Social: Perspectiva Mundial. [online] Facultad de Teología. Bogotá D.C. [Citado 12 de octubre de 2012] Disponible en <http://www.javeriana.edu.co/Facultades/Teologia/servicios_formacion_int_univ/ecoteo1/pret02c.pdf>
- SARMIENTO M, José Manuel. Calidad sin límites. Ciclo PHVA [Online] Caracas, 24 nov. 2009. [Citado 25 de noviembre de 2012]. Disponible en <<http://nolimitsquality.blogspot.com/2009/11/el-ciclo-phva.html>>
- Stein, Guido. Cuadernos empresa y humanismo. Catalogo 74, Peter Drucker (II): Sobre empresa y sociedad. Editorial Universidad de Navarra. p. 20
- TEUSCHER, Peter y PERRIN, Irene. Guidelines für die Zukunft: Nachhaltigkeitsberichterstattung. [Directrices del futuro: Informar sobre la sostenibilidad]. [Online]. Suiza: Alpha, 2011. . [citado 24 noviembre 2012]. Disponible en <http://content.alpha.ch/b2c/1-ratgeber-hr-informationen/4-wissen-weiterbildung/1_alpha-aktuell/nachhaltigkeit-berichterstattung-vertrauen/>

- UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Guía Orientadora para el Desarrollo de Planes de Acción de Facultades e Instituto de la Sede Bogotá. [en línea]. Versión 1.0. Bogotá, julio 2012 [citado el 20 de agosto de 2014]. Disponible en <file:///D:/Users/usuario/Downloads/Guia_PlanesFac_e_Inst_SBogota.pdf>
- VÁZQUEZ NAVARRETE, Ma. Luisa et al. Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud. Cali: Universidad del Valle, 2011. pp. 35-39
- VINTRÒ SANCHEZ, Carla y CAMAJUNCOSA CASABELLA, Josep. ISO 26000: Responsabilidad social corporativa. Sinergias con los sistemas de gestión de calidad, medioambiente y seguridad y salud laboral. [Online]. Universidad Politècnica de Catalunya. Copyright. España, 2004. [Citado 24 noviembre 2012]. Disponible en <http://upcommons.upc.edu/e-prints/bitstream/2117/10956/1/ISO%2026000.%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20CORPORATIVA.%20SINERGIAS%20CON%20LOS%20SISTEMAS%20DE%20GESTI%C3%93N%20DE%20CALIDAD,.pdf>

ANEXOS

Anexo A. Instrumento de recolección de datos

INSTRUMENTO DE MEDICIÓN PARA DIAGNOSTICAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN MULTINSA S.A.

Este instrumento tiene la finalidad de identificar las fortalezas y los aspectos por mejorar del desarrollo de las actividades de Multinsa S.A. desde el punto de vista de la responsabilidad social.

Cada una de estas áreas está descrita por un determinado número de indicadores de Responsabilidad Social Empresarial. El ejercicio de autodiagnóstico consiste en estimar en qué medida la propia empresa cumple con cada enunciado (expresado en términos de indicador), es por eso que junto a cada uno de ellos hay una escala del 1 al 5, donde 5 representa el más alto grado de semejanza entre lo que ahí se propone y lo que sucede en la organización, y 1 el más bajo.

ENCUESTA A EMPLEADOS		1	2	3	4	5
1	Cuenta con un código de ética publicado en un documento el cual comparte y difunde y lo utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior de la misma					
2	Se da participación del trabajador en la empresa, más allá de la mera actividad productiva de forma que este ponga en juego todas sus potenciales humanas.					
3	Fomenta el trabajo en equipo, la participación en la toma de decisiones y el sentido de comunidad con políticas y acciones concretas entre su personal					
4	Cuenta con mecanismos e instrumentos para escuchar y responder las sugerencias, ideas, peticiones y reclamaciones de los empleados					
5	Cuenta con un plan para el desarrollo de los empleados, la calidad de vida de sus familias y/o prestaciones superiores a las de la ley					
6	Implementa programas que refuerzan la seguridad y la salud de su personal en el lugar de trabajo					
7	Se otorgan subsidios educativos o mecanismos que fortalezcan el desarrollo del personal					
8	Se ayuda a los empleados en caso de calamidad doméstica					
9	Maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como liquidaciones y despidos					
10	Se da igualdad de oportunidades y de trato sin discriminación por motivos de asociación, origen étnico, género, posición económica, religión, ideología política, preferencia sexual o en situación de discapacidad					
11	Ha incrementado en números o proporción de empleos femeninos, o de otros grupos minoritarios, en posiciones ejecutivas o directivas en años recientes.					
12	Se paga una remuneración justa, adecuada a la aportación y al esfuerzo de cada uno en la empresa					
13	Se procura la ocupación y promoción de personas con situación de discapacidad hasta donde estas no afecten el ejercicio de sus funciones en la empresa					
14	Se comunica toda la información relevante a todos los niveles o áreas de la entidad					
15	Se encuentra establecido un conducto regular para el manejo de conflictos entre empleados					
16	La empresa cumple las leyes de derechos humanos, garantizando entre otras cosas que no exista discriminación, se respete la libre opinión, expresión, etc.					
17	Cuentan con buenas condiciones de trabajo, protección social, formación, salud y seguridad laboral?					

ENCUESTA PARA LA COMUNIDAD		1	2	3	4	5
P1	Se respetan los derechos humanos y las instituciones democráticas y se promueven donde sea posible					
P2	La empresa invierte en conocer las particularidades de la comunidad local para identificar sus expectativas, necesidades y prevenir posibles conflictos que la operación de la empresa pueda llegar a suscitar respecto de sus costumbres y creencias					
P3	Se preocupa por el bienestar de la comunidad donde está establecida y busca una mejora en sus condiciones de vida					
P4	Se facilita, dentro de sus propios límites, la participación de los trabajadores en actividades cívicas de tipo cultural o recreativo, en la comunidad donde la empresa pertenece					
P5	Se colabora a la comunidad en temas de seguridad y salubridad					
P6	La empresa realiza donaciones a la comunidad					
P7	Contribuye mediante programas específicos a la promoción del bienestar económico y social de las comunidades en las que opera.					
P8	Destina parte del presupuesto de su publicidad a mensajes con interés o beneficio social.					
P9	Adopta las medidas necesarias para garantizar que sus actividades no tengan impacto negativo sobre la comunidad donde las desarrolla					
P10	Se asume la responsabilidad por daños o impactos negativos ocasionados en la comunidad que sean producto de la actividad realizada					
P11	Se facilita a la sociedad toda la información necesaria sobre los productos					

ENCUESTA MEDIO AMBIENTE		1	2	3	4	5
P1	Realiza una “Auditoria Verde” (inventario de los recursos que la empresa utiliza y los desechos que produce) y opera programas para el mejor aprovechamiento de recursos y para minimizar la generación de desperdicios.					
P2	Cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones y oficinas					
P3	Opera sistemas o aparatos necesarios que disminuyan las emisiones contaminantes que produce					
P4	Destina una partida de su presupuesto anual a programas de conservación o protección ambiental					
P5	Se preocupa por que sus productos y desechos sean biológicamente neutros					
P6	Se mantiene el equilibrio ecológico y se reponen los daños causados al medio ambiente en caso de cometerlos					
P7	Realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental a familiares de su personal y a la comunidad inmediata a la empresa					
P8	Adquiere productos y materia prima reciclables, minimizando el uso de materiales no degradables					
P9	Cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos).					
P10	Establece compromisos explícitos con el medio ambiente y se fija estándares para ellos, que incluyen metas formales (declaración de principios medioambientales).					
P11	Mantiene sus activos (maquinaria, equipo, transporte, etc.) en niveles adecuados para la prevención de contaminación					
P12	Se promueve la preservación y mejora del medio ambiente y la conservación de los recursos					
P13	Utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores.					
P14	Cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo.					
P15	Entrega a sus consumidores información detallada sobre daños ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos o servicios					
P16	Se imprime en los empaquetados o envases no retornables recomendaciones para evitar su abandono en lugares abandonados					
P17	Se respeta en sus obras y construcciones, el equilibrio ecológico y urbanístico del entorno					
P18	Se manejan con transparencia los desechos industriales de la empresa					

ENCUESTA A LA ALTA DIRECCIÓN		1	2	3	4	5
1	¿La organización hace rendición de cuentas por sus impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente?					
2	¿Se promueve la transparencia en la toma de decisiones y actividades desarrolladas?					
3	¿El comportamiento de la organización es basado en valores éticos tales como honestidad, equidad e integridad?					
4	¿La empresa respeta, considera y responde a los intereses de sus partes interesadas?					
5	¿La organización respeta y cumple las leyes nacionales y regulaciones internacionales aplicables a la empresa incluyendo los derechos humanos?					
6	¿Se cuentan con estrategias, objetivos y metas que reflejen el compromiso hacia la responsabilidad social?					
7	¿Cuenta con un sistema de incentivos económicos y no económicos asociados al desempeño en responsabilidad social?					
8	¿Se usa eficientemente los recursos financieros, naturales y humanos?					
9	¿La organización promueve oportunidades justas para que los grupos minoritarios, (grupos raciales, étnicos, minusválidos) puedan ocupar cargos directivos?					
10	¿Se establecen procesos de comunicación para dar informar sobre temas organizacionales o resolver posibles conflictos?					
11	¿Mantienen registro de la implementación de las decisiones para asegurar que dichas decisiones se llevan a cabo de manera socialmente responsable?					

ENTREVISTA DIRECTA A PROVEEDORES

- 1 ¿Percibe usted que la empresa ejerce políticas de anti monopolio?
- 2 ¿Considera que la empresa cuenta con una política de Responsabilidad Social en el proceso de compras y velan por que sus clientes también la tengan?
- 3 ¿Multinsa ejerce políticas de anti dumping y cumple con la legislación de competencia justa?
- 4 ¿La empresa tiene establecido procedimientos y otros mecanismos para evitar involucrarse o ser cómplice de conductas anti-competencia?
- 5 ¿Multinsa ha realizado supervisiones o algún otro tipo de procedimiento para verificar o garantizar que usted como proveedor no realice prácticas injustas a sus trabajadores o vulnere los derechos humanos?
- 6 ¿Multinsa le ha exigido tener una certificación ambiental (ej. ISO 14001) o políticas ambientales para poder acceder a la negociación? En caso de ser negativa la respuesta ¿ha presentado dificultades para contratar sin tener este requisito?
- 7 ¿Cómo cree usted que Multinsa asume la responsabilidad del pago a sus proveedores?
- 8 ¿Multinsa le exige la documentación necesaria para verificar que usted es una empresa legítima y cuyas prácticas están bajo el marco legal apropiado?¿por ejemplo qué documentación?
- 9 ¿Considera usted que Multinsa da preferencia a los proveedores locales contribuyendo al desarrollo local?

ENCUESTAS A CONSUMIDORES		1	2	3	4	5
P1:	Se asegura el respeto a la dignidad humana en los productos ofrecidos, técnicas de venta, publicidad.					
P2:	No se coacciona al comprador ni se lo pone en situación de estrés emocional, aprovechándose así de ellos para vender					
P3:	Se advierte explícitamente a los consumidores cuando los productos o servicios que ofrece son de uso restringido o representan riesgos potenciales para la salud (Niños, embarazadas, condiciones de almacenamientos, etc.)					
P4:	Se diseñan, producen y distribuyen los productos y servicios de forma que satisfacen las necesidades y garantizan la integridad y la seguridad de los consumidores					
P5:	Se garantiza la calidad de los productos y servicios, y se oferta una justa relación calidad-precio.					
P6:	Se procede a la inmediata subsanación de cualquier error de la producción o del servicio que altere las condiciones ofertadas.					
P7:	Se responde a las expectativas del consumidor que el mismo fabricante ha contribuido a generar					
P8:	Se proporciona a nuestros clientes productos y servicios de la máxima calidad, de acuerdo con sus especificaciones					
P9:	Se cuenta con una cobertura de seguros que permita subsanar convenientemente los daños que puedan ser ocasionados por la actividad empresarial a personas o bienes ajenos.					
P10:	Se busca mejorar continuamente los productos.					
P11:	Se retiran del comercio los productos dañinos para la salud.					
P12:	En la publicidad se aclara la naturaleza del producto, y se informa al consumidor de todo, incluso de aquello que podría afectar la decisión de compra					
P13:	Se busca el consentimiento informado del cliente para hacer uso de la información de carácter personal, y por ende se demuestra total control de dicha información.					
P14:	No se desfigura el producto o su imagen mediante procedimientos o técnicas que inducen cuando menos a confusión con otra marca.					
P15:	La empresa realiza marketing responsable donde se refleje información como precauciones al producto, información de la organización, entre otros.					
P16:	Se tienen medidas para atender y prevenir las quejas y reclamos de los consumidores					
P17:	Multinsa tiene mecanismos para transferir conocimientos o educar al consumidor que no solo le permitan hacer comparaciones entre productos sino conocer los impactos que conllevan al comprar el producto.					

Anexo B. Registro fotográfico – Trabajo de Campo

