

RAE

1. **TIPO DE DOCUMENTO:** Trabajo de grado para optar para al título de ESPECIALISTA EN GESTION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.
2. **TÍTULO:** DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN DE LA RSE PARA LA MICROEMPRESA GRUPO C-TRONIK LTDA, POR MEDIO DEL INSTRUMENTO DE CARACTERIZACIÓN DE PRÁCTICAS DE RSE DE CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.
3. **AUTORES:** María Mercedes Bayona Ávila, Yaneth Castellanos Vargas, Ana Lucila Leguizamón Algecira, Mónica Ocampo Ríos, Paola Andrea Ospina Calvete.
4. **LUGAR:** Bogotá, D.C.
5. **FECHA:** Enero de 2014
6. **PALABRAS CLAVE:** Responsabilidad Social Empresarial, Ética Empresarial, Sostenibilidad, Desarrollo Sostenible, Ambiental, Social, Ambiental, Microempresa, Responsabilidad.
7. **DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO:** El objetivo principal de este trabajo es diagnosticar la gestión de la RSE para la microempresa Grupo C-Tronik LTDA, por medio del Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE de Cámara de Comercio de Bogotá y una entrevista; esto basado en estudios de casos con el fin de determinar en dónde es viable la implementación de la RSE y así caracterizar el nivel de incorporación de prácticas de RSE ,identificar acciones que viene realizando de manera consciente o inconsciente la empresa, diseñar recomendaciones a la empresa para su mejora en materia de RSE.
8. **LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:** Línea de Investigación de la USB: Desarrollo Económico y Social, sublínea de la Facultad de Ciencias Empresariales: Pensamiento Estratégico, campo temático del Programa: Responsabilidad Social Empresarial.
9. **FUENTES CONSULTADAS:** Argandoña. (2008). La responsabilidad social de la empresas pequeñas y medianas. Barcelona: Cuadernos Catedra. Cámara de Comercio de Bogotá. (2010). Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE, hoja de Instrucciones. Bogotá. Campbell, J. . (2007). Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional . Boston: Mc Graw Hill. Cato Scott, M. (2009). Economía Verde. Londres: Mc Graw Hill. CEGESTI. (2011). Negocios responsables. Recuperado el 20 de octubre de 2013, de <http://www.negociosresponsables.org/documentos/guias/flipguia5_es/files/page/1.swf> Comisión Europea. (2007). Dirección general, empresa e industria. Recuperado el 10 de noviembre de 2013, de <http://www.csr-in-smes.eu/downloads/brochure_spanish.pdf> Correa, M. (2004). Responsabilidad Social Empresarial: una nueva forma de hacer negocios. España. Cortina,A. . (1998). Ciudadanos Del Mundo : Hacia Una Teoría De La Ciudadanía. . Madrid: Alianza Editorial. Definiciones . (2013). Concepto de comunidad . Recuperado el 10 de octubre de 2013, de <<http://definicion.de/comunidad/#ixzz2qmj34o5q> > Diario El Espectador. (2011). Las Pymes en cifras. Recuperado el 22 de Abril de 2013, de <<http://www.elespectador.com/impreso/negocios/articulo-285125-un-pais-de-pymes>>Las Naciones Unidas. (2010). Principios . Recuperado el 28 de septiembre de 2013, de

<http://www.un.org>> Martínez, H. . (2010). La ética empresarial al comienzo del nuevo milenio: una aproximación bibliográfica y pedagógica. Recuperado el 10 de octubre de 2013, de http://javeriana.edu.co/fcea/documentos/documentos_admon/LA%20ETICA%20EMPR%20ESARIAL.pdf> Murdock, H. . (2008). La Globalización, la Responsabilidad Social y el Capitalismo, . Mexico: Paidós. Organización Internacional del Trabajo. (2009). La OIT y la Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado el 11 de octubre de 2013, de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@emp_ent/@multi/documents/publication/wcms_142694.pdf> Porto Serantes, N & Castromán, J. (2006). Responsabilidad social : un analisis de la situación actual en México y España. Recuperado el 20 de octubre de 2013, de <http://www.ejournal.unam.mx/rca/220/RCA22004.pdf>> Real Academia española. (2012). Diccionario. Mc Graw Hill. The Free Dictionary. (2010). Definiciones. Recuperado el 12 de octubre de 2013, de <http://es.thefreedictionary.com/%C3%A9thos>> World Commission on Environment and Development. (1987). Our Common Future. Boston: Oxford.

10. **CONTENIDOS:** Se toma como herramienta estratégica en el aumento de la productividad de las pequeñas y medianas empresas pymes y aunque su impacto no se puede ver al corto plazo, por medio de estas prácticas se pueden lograr una mejora de los productos y/o procesos de producción, mayor motivación y fidelidad de los trabajadores, mejor posición en el mercado, incremento en ventas, dando como resultado mayor satisfacción y lealtad del cliente, aumento de creatividad e innovación, estrategias comerciales y alianzas, ayudas del gobierno, imagen empresarial entre otros reconocimientos que se logran utilizando pocos recursos pero que generan múltiples ganancias a la empresas, empleados y sociedad. La Responsabilidad Social se toma como un compromiso voluntario de la empresa, para asegurar una evolución económica, social y ambientalmente responsable y por lo cual se deben generar acciones que conlleven al cumplimiento de estos objetivos; para lo cual es necesario identificar dentro de la empresa aspectos o falencias que obstaculicen el normal desarrollo de los procesos. La RSE es una opción para que las empresas busquen su sostenibilidad y el bienestar de todos sus grupos de interés, es una opción para demostrar que es posible ser ético, sostenible y responsable para crecer económicamente, social y ambientalmente. En primera instancia, se realizó una entrevista semi-estructurada para llegar a conocer el interés de la empresa en abordar aspectos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la operación de la misma. Se utilizó el instrumento de caracterización de prácticas de RSE de Cámara de Comercio de Bogotá para establecer el nivel de incorporación en C-Tronik y se analizó cada aspecto.
11. **METODOLOGÍA:** Es de Tipo Descriptivo.
12. **CONCLUSIONES:** Partiendo del resultado arrojado en la aplicación del instrumento se puede destacar el compromiso con el cumplimiento legal de lo exigido en el ámbito empresarial, lo que nos puede llevar a concluir que no solo las grandes empresas demuestran prácticas de RSE, las Mipymes tiene como fortaleza que por su tamaño incorporan con facilidad en su misión, políticas de RSE y son asumidas por toda la organización proporcional a su trabajo, se observa en materia medioambientales, que sus actividades no generan mayor impacto y, si aplican programas orientados a disminuir el impacto ambiental, este será para lograr beneficios económico. También se habla de la presión que puede ejercer la gran empresa en el desarrollo de la RSE en las MIPYMES a la hora de desarrollar sus programas de proveedores y compras. En materia

ambiental la empresa. Adicionalmente y como aporte, la empresa se ha visto reconocida por presentar una solución publicitaria amigable con el medio ambiente, con su display de agua expuesto en EXPOSENA y Corferias Centro de Eventos de Bogotá. Se puede resaltar el valor que las Mipymes representan en la economía del país y el aporte en el crecimiento del producto interno bruto de este, además de la generación de empleo para mejorar la calidad de vida y disminuir los índices de pobreza. Cabe destacar el origen de Grupo C-Tronik a partir del emprendimiento de jóvenes con ideas innovadoras.

**DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN DE LA RSE PARA LA MICROEMPRESA GRUPO
C-TRONIK LTDA, POR MEDIO DEL INSTRUMENTO DE CARACTERIZACIÓN DE
PRÁCTICAS DE RSE DE CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ**



MARIA MERCEDES BAYONA AVILA

YANETH CASTELLANOS VARGAS

ANA LUCILA LEGUIZAMON ALGECIRA

MONICA OCAMPO RIOS

PAOLA ANDREA OSPINA CALVETE

UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA BOGOTA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESPECIALIZACION EN GESTION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

EMPRESARIAL

BOGOTA

2014

**DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN DE LA RSE PARA LA MICROEMPRESA GRUPO
C-TRONIK LTDA, POR MEDIO DEL INSTRUMENTO DE CARACTERIZACIÓN DE
PRÁCTICAS DE RSE DE CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ**

MARIA MERCEDES BAYONA AVILA

YANETH CASTELLANOS VARGAS

ANA LUCILA LEGUIZAMON ALGECIRA

MONICA OCAMPO RIOS

PAOLA ANDREA OSPINA CALVETE

**Monografía presentada como requisito parcial para optar el título de
Especialista en Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial**

Asesor

HERNÁN FELIPE TRUJILLO QUINTERO; PHD

UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA BOGOTA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESPECIALIZACION EN GESTION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

EMPRESARIAL

BOGOTA

2014

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bogotá D.C., 25 de Enero de 2014

Contenido

	pág.
Introducción	1
1. Planteamiento del Problema	3
2. Justificación	5
3. Objetivo	7
3.1 Objetivo General	7
3.2 Objetivos Específicos	7
4. Marco de Referencia	8
4.1 Marco Teórico	8
4.1.1 Responsabilidad Social Empresarial	8
4.1.2 Sostenibilidad	9
4.1.3 Ética Empresarial	11
4.2 Marco Conceptual	14
4.2.1 Microempresa y Responsabilidad	14
4.3 Marco Contextual	16
4.3.1 Reseña Histórica de la Microempresa	16
5. Diseño Metodológico	20
5.1 Tipo de Investigación	20
5.2 Metodología	20

5.3	Técnicas de Recolección de Información	21
5.4	Técnica de Análisis de Información	22
6.	Entrevista	23
7.	Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE de Cámara de Comercio de Bogotá	27
8.	Resultado Aplicación Instrumento	38
9.	Diagnostico	40
10.	Recomendaciones	43
	Referencias Bibliográficas	46

Lista de Cuadros

	pág.
Cuadro 1. Beneficios de la RSE	16
Cuadro 2. Niveles	29
Cuadro 3. Niveles	29
Cuadro 4. Calificación	30
Cuadro 5. Prácticas de gobernanza	31
Cuadro 6. Prácticas Laborales y de derechos Humanos	33
Cuadro 7. Prácticas Ambientales	34
Cuadro 8. Prácticas con comunidad y Sociedad	35
Cuadro 9. Prácticas con clientes	36
Cuadro 10. Prácticas con Proveedores	37
Cuadro 11. Áreas	38
Cuadro 12. Niveles	39

Lista de Figuras

	pág.
Figura 1. Desarrollo sostenible	10
Figura 2. Exposición Aquatronic	18
Figura 3. Prototipo de Grupo C-Tronik para proyecto a la medida	19
Figura 4. Áreas.	38

Introducción

Estamos en un mundo cambiante donde la innovación y nueva era tecnológica ha avanzado a pasos agigantados dentro de la sociedad moderna, esto lleva consigo cambios en los estilos de vida de las personas y en las organizaciones. Todo en si es un conjunto, las organizaciones en especial evolucionan constantemente en la medida en que dan respuesta a nuevas demandas. Por ello la importancia de la responsabilidad Social y más aun a nivel empresarial. Hoy las organizaciones se han dado cuenta que su supervivencia esta en los temas sociales y ambientales como elementos que condicionan la gestión empresarial e incorporan dentro de sus mejores estrategias temas de responsabilidad social en sus actividades y proyectos futuros como método fundamental para garantizar su auto sostenibilidad y duración en el tiempo.

Al definir Responsabilidad Social Empresarial (RSE); una visión de negocios que integra a la gestión de la empresa, el respeto por: los valores y principios éticos, los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente”. Esto quiere decir que es un interés propio e inteligente de la empresa que produce beneficios a la comunidad y a la propia empresa.

A partir de esta definición se abarca una serie de acciones estratégicas que parten de las diferentes coyunturas económicas de las empresas con un compromiso responsable y ético hacia una sociedad que se acopla a los cambios constantes del mundo moderno y el mercado en general. El GRUPO C-TRONIK LTDA no será la excepción, por ello, se propone realizar un diagnóstico de las actividades desarrolladas por la compañía teniendo en cuenta que esta microempresa no tiene ningún lineamiento de RSE y a partir del análisis de la situación actual

identificar fortalezas y debilidades y así exponer las actividades de RSE que se puede implementar en la empresa.

Las Pymes son entidades independientes y de fácil adaptabilidad gracias a su estructura pequeña y su fácil posibilidad de especializarse en cada nicho de mercado ofreciendo un servicio de atención directa. En Colombia la ley 590 de 2000, expedida para promover su desarrollo.

Con el presente trabajo queremos implementar la herramienta para fortalecer las debilidades que se presentan hasta el momento en GRUPO C-TRONIK LTDA, la cual permitirá una forma confiable y segura la mejora de los procesos y así desarrollar las medidas correctivas para desarrollar estrategia de mejoras.

“La Responsabilidad Social Empresarial (RSE o CSR, Corporate Social Responsibility en su expresión inglesa) es la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en las actividades de las empresas y en las relaciones con sus diversos grupos de interés” (stakeholders). (Comisión Europea, 2007,p. 4).

Se toma como herramienta estratégica en el aumento de la productividad de las pequeñas y medianas empresas pymes y aunque su impacto no se puede ver al corto plazo, por medio de estas prácticas se pueden lograr una mejora de los productos y/o procesos de producción, mayor motivación y fidelidad de los trabajadores, mejor posición en el mercado, incremento en ventas, dando como resultado mayor satisfacción y lealtad del cliente, aumento de creatividad e innovación, estrategias comerciales y alianzas, ayudas del gobierno, imagen empresarial entre otros reconocimientos que se logran utilizando pocos recursos pero que generan múltiples ganancias a la empresas, empleados y sociedad.

1. Planteamiento del Problema

En Colombia aunque el tema de las microempresas socialmente responsables han sido poco abordado empiezan a preocuparse por incorporar la RSE, el valor que han adquirido por su participación del 96% del total de las de las empresas, será aprovechado para promover un desarrollo sostenible.

Como podemos ver en los últimos años en el país se han producido grandes evoluciones con sus correspondientes pretensiones y desarrollos a las cuales el sector de las pymes ha tenido que adaptarse, su tamaño les permite una contestación rápida a los cambios del entorno.

Siendo la Responsabilidad Social un compromiso voluntario de la empresa, para asegurar una evolución económica, social y ambientalmente responsable es necesario identificar dentro de la empresa aspectos o falencias que obstaculicen el normal desarrollo de los procesos.

La empresa GRUPO C-TRONIK LTDA es una microempresa dedicada a desarrollar soluciones a la medida, alquiler y venta de sistemas de *display* de agua. Siendo una empresa nueva en el sector, se interesa por crear buenas prácticas en sus procesos y así ser precursora en la implementación de la RSE, para darle un valor agregado a su producto y a los clientes para genera confianza. El tema de la RSE permite establecer actividades relacionadas con las mismas y generar conciencia de su importancia, como un elemento que debe ser inherente al desarrollo y gestión de la empresa.

Dado estos sucesos, cada día las empresas buscan con preocupación formas creativas y propias de adquirir la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), de desarrollar procesos y acciones que faciliten mejorar sus prácticas, divulgar su procedimiento corporativo, defender sus servicios, fidelizar sus clientes, preservar el entorno. La presente investigación se ubica ante

empresas que ambicionan fortalecer su cultura empresarial con sólidas bases éticas y socialmente responsables que consigan resultados inmensos tanto para las personas, como para la propia empresa.

En consecuencia la pregunta a investigar es: ¿Cuáles son las prácticas de RSE en la empresa GRUPO C-TRONIK LTDA según el instrumento de caracterización de Cámara de Comercio de Bogotá?

2. Justificación

Como resultado del interés planteado por diversas compañías sobre el tema de ser responsables socialmente, se ha generado la necesidad orientada a que dentro de la estructura de las organizaciones se empiece a implementar actividades y a futuro una política que propenda por el reconocimiento de los impactos sociales y medioambientales que se generan dentro de las mismas. No se habla de una nueva moda, los mismos consumidores están pidiendo que las empresas sean responsables más allá del aspecto económico.

Con este panorama, actualmente se hace necesario la existencia de un modelo de gestión empresarial que tome en consideración, por un lado, las implicaciones económicas, sociales y medioambientales de sus actuaciones, por otro, las necesidades o preocupaciones de sus grupos de interés, es decir, que contemplen el impacto integral de sus actuaciones en una triple dimensión. Atrás quedó el modelo tradicional en el que el fin era la creación de valor para el accionista, ahora se habla de un modelo socioeconómico que pone de manifiesto la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial, en el que el objetivo último de la empresa es crear valor para sus stakeholders (accionistas, empleados, proveedores, clientes, público en general, medioambiente, etc.) sin pasar por encima de alguno de estos.

Es por ello que la RSE, contempla un alto grado de cambio y adaptación a las características y necesidades de cada organización, para este cambio las compañías se ven en la necesidad de plantear unos lineamientos a seguir orientados a la consecución de un mayor compromiso social, ambiental y económico.

Lo que se persigue con la presente investigación es diagnosticar el estado actual o línea base de la RSE en Grupo C-Tronik Ltda. y plantear unas recomendaciones orientadas a que la

empresa tenga una guía para hacer una propuesta tangible en un marco de RSE. Adicionalmente se busca dejar en evidencia los beneficios que trae consigo una actuación dentro esta perspectiva para la organización

3. Objetivo

3.1 Objetivo General

Diagnosticar la gestión de la RSE para la microempresa Grupo C-Tronik LTDA, por medio del Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE de Cámara de Comercio de Bogotá.

3.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar el nivel de incorporación de prácticas de RSE en la microempresa Grupo C-Tronik LTDA por medio del Instrumento de caracterización de prácticas de RSE
- Identificar acciones de RSE que viene realizando de manera consciente o inconsciente la empresa Grupo C-Tronik LTDA.
- Diseñar recomendaciones a la empresa Grupo C-Tronik LTDA para su mejora en materia de RSE.

4. Marco de Referencia

4.1 Marco Teórico

4.1.1 Responsabilidad Social Empresarial

El siguiente marco teórico tiene como objeto resaltar la importancia de la responsabilidad social empresarial como política de las empresas y microempresas a fin de contribuir al desarrollo social, económico y ambiental. Para ello, se retomaran algunos conceptos de organizaciones internacionales sobre la RSE y como las empresas deben adherirse a buenas prácticas de gobierno e implementación de una cultura sostenible y responsable.

La Organización Internacional del Trabajo [OIT] (2009) define la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como la manera en que las empresas toman en consideración la repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores, es decir todo aquello que cada compañía realiza y las consecuencias que ocasiona o que podría ocasionar sobre su entorno.(p.1).

Otro concepto argumenta: “La Responsabilidad Social Empresarial son las iniciativas desarrolladas de manera voluntaria por las empresas, en las que se integran inquietudes tanto sociales como medioambientales para la gestión de sus operaciones y la interacción con sus allegados” (Porto Serantes,N & Castromán, J., 2006, p.3).

En las anteriores definiciones se puede ver claramente como la invitación es a que las organizaciones adopten la RSE de forma voluntaria y no sola por cumplir con un requisito más exigido por la ley.

La RSE es una opción para que las empresas busquen su sostenibilidad y el bienestar de todos sus grupos de interés, es una opción para demostrar que es posible ser ético, sostenible y responsable para crecer económicamente, social y ambientalmente.

4.1.2 Sostenibilidad

Para los seres humanos, la sostenibilidad es la posibilidad de mantenimiento a largo plazo de bienestar, que tiene las dimensiones ambientales, económicas y sociales. (Adams,WM, 2006).

Desarrollo sostenible. El desarrollo sostenible es el desafío que toda organización en la era actual busca implementar en sus organizaciones y que estas logren el equilibrio perfecto entre lo social, lo económico y lo ambiental.

De acuerdo a World Commission on Environment and Development.Our Common Future (1987), la define como: “satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.(p.43).

El ámbito del **desarrollo sostenible**, puede dividirse conceptualmente en tres partes: **ambiental, económico y social**. Se considera el aspecto social por la relación entre el bienestar social con el medio ambiente y la rentabilidad económica.

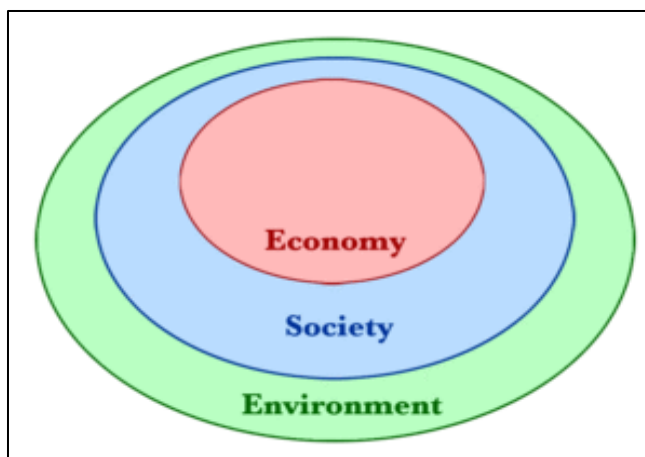


Figura 1. Desarrollo sostenible. Datos obtenidos de (Cato Scott, M, 2009)

Principio 1. Los seres humanos constituyen el centro de las preocupaciones relacionadas con el desarrollo sostenible. Tienen derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.

Principio 4. A fin de alcanzar el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente deberá constituir parte integrante del proceso de desarrollo y no podrá considerarse en forma aislada. (Naciones Unidas, 2010,p.2).

Por tanto se puede decir que los tres aspectos lo social, lo económico y lo ambiental son ejes transversales de toda organización, que permite con su equilibrio llegar a la sostenibilidad de la empresa, con un actuar de forma responsable en estos ejes, se logra un resultado positivo no sólo para la empresa, sino con su entorno. Es importante reconocer estos tres aspectos de la RSE porque la herramienta de Caracterización de Practicas de RSE de Cámara de Comercio de Bogotá, expuesta en el numeral 7 atiende estas necesidades.

4.1.3 Ética Empresarial

La ética empresarial está ligada al concepto de ética debido a que el comportamiento de las personas determina la ética de las mismas organizaciones donde se encuentran. El término ética proviene del vocablo griego antiguo “ethos”, su significado es relativo al estudio de las costumbres y más exactamente al comportamiento de las personas. (The Free Dictionary, 2010)

Cuando las empresas comenzaron a cambiar a crecer a diferenciarse la pequeña empresa, por una organización jerárquica y formal, fue necesario retomar los principios de ética empresarial, es con la “la separación de la dirección y la propiedad que se realiza la reflexión de la ética en la empresa” (Martínez, H., 2010, p.2). Es decir que en la historia de las empresas cuando los dueños de estas pasan la dirección de sus empresas a personas ajenas, se hace necesario establecer unos principios lineamientos y valores para que dicha empresa no pierda su identidad.

En los años cincuenta y el crecimiento empresarial se aborda sistemáticamente el análisis sobre la RSE de las empresas y sobre la gestión como profesión. Estos planteamientos se hacían predominantemente en el marco de tradiciones religiosas —sobre todo protestantes y católicas—, que pretendían aplicar determinados planteamientos morales al mundo de la empresa y de los negocios. Fue a finales de la década de 1980 tanto en Estados Unidos como en Europa donde la ética comenzó a tener más relevancia en la forma de hacer los negocios (Cuevas, 2004).

Antes de los años ochenta, en Europa encontramos la temática bajo epígrafes como “Economía y sociedad”, “Ética social”, “Ética económica”, etc. Sin llegar a la ética es vista en la empresa

como un conjunto de normas que se requieren cumplir, que generan una restricción externa, ya sea del gobierno o de organismos estatales de control y supervisión ya que en algunos casos la ética puede ir en contra de los objetivos primarios de la misma, restricciones en materia de salarios, condiciones laborales (horarios, bonos y comisiones), etnia etc., pero que al mismo tiempo le permite entregar condiciones mínimas adecuadas a sus empleados, que permite cumplir metas económicas, sociales y de convivencia con su entorno. “Aunque pueda resultar extraño, el propósito de la ética empresarial no es que la gente sea más ética, sino que sea capaz de tomar mejores decisiones (Cortina, A., 1998)

La ética empresarial es un área de ética aplicada que, como tal, exige no sólo el aporte de filósofos y teólogos, de psicólogos y sociólogos, sino también de expertos en las ciencias económico-administrativas. Como dice Lozano “no se puede hablar de valores hablando sólo de valores”. Para hacer ética empresarial hay que superar el dualismo y la falta de mediación entre ética y administración, que son una característica de la edad moderna. Los expertos en ética empresarial no pueden dedicarse exclusivamente a cuestiones de fundamentación ética y metaética sin tener en cuenta los reclamos inmanentes de las esferas vitales. Tampoco los expertos en economía y administración pueden olvidarse de la dimensión trascendental y universal del desarrollo humano.

Visto nuevamente en el interior de la empresa, tomar una mejor decisión es evitar costos innecesarios por acciones ilegítimas que no cumplan con el objetivo de la organización, a cambio la ética busca encontrar la convivencia como un medio de entrelazar las conductas externas e internas de las empresas con la sociedad circundante. “Y cuando se entiende esto, se entiende también que la ética de los negocios sea el conjunto de condiciones de las personas, de

los grupo humanos, de la organización toda y de la sociedad en que se mueve que permite a la empresa conseguir la excelencia”, (Argandoña, 2008,p.9).

La ética empresarial debe estar presente en cada uno de los integrantes de la organización, ya que “el factor importante es el equipo humano, que es el que hace a la empresa diferente e irrepitable, el que le proporciona sus capacidades distintivas” (Argandoña, 2008, p.19).

En la actualidad es cada vez más sencillo adquirir tecnología, reemplazar materia primas, etc, pero lo que la empresa tiene en su personal, en su know how, son activos irrepitibles y deben estar alineados para la consecución de sus metas, por tanto la ética debe ser un pilar transversal de la organización, partiendo del gobierno corporativo, es decir de sus directivos, pues son ellos los que deben dar el ejemplo a seguir, para así generar cultura organizacional.

La ética empresarial es considera entonces como un puente hacia el futuro de la empresa, vivida como una cultura donde todos sus miembros encuentran un sentido a su vida; entre el hombre y la empresa del futuro; entre la organización empresarial y los desafíos del progreso.

También es una serie de respuestas al arte de vivir la empresa en las condiciones cambiantes del mundo de hoy y del futuro. Por tanto la ética empresarial es un elemento inalienable de las organizaciones y se puede ver en diferentes estadios como una herramienta y además como el deber ser de las actuaciones de la empresa para la toma de mejores decisiones, ya que al ser tan basta su aplicación, tiene en cuenta los efectos de sus actuaciones en lo social, lo ambiental y lo económico.

4.2 Marco Conceptual

4.2.1 Microempresa y Responsabilidad

En Colombia la RSE está en un proceso inicial para las microempresas debido a que la mayoría de estas apenas y cumplen la parte normativa de su constitución, pero también es claro que la RSE no es limitarse a la parte legal sino que es un compromiso por parte de la empresa en su totalidad con sus grupos de interés, es un proceso voluntario, que va muy de la mano con la ética de la misma.

De acuerdo a Campbell (2007),

“La teoría institucional argumenta que existe una tendencia corporativa a comportarse de manera oportunista para generar beneficios en el corto plazo”, razón por la cual las instituciones deben intervenir para mitigar ese comportamiento, esto se basa en que los intereses de las empresas son únicamente económicos y son empresas consolidadas y de gran tamaño donde un cambio de estrategia, cultura y funcionamiento dependen de un gran número de personas, en el caso de la microempresa al ser una organización con menos de 11 empleados, permite una flexibilización de su comportamiento, esto fue estudiado por Maignan y Ralston (2002), donde se expone la importancia y el rol del empresario en el comportamiento responsable (p. 22).

Vives (2006), sustenta que debido a las características de las pequeñas empresas afectan la adopción de la RSE sobre todo porque la dirección está en manos del dueño que es a su vez el mismo gerente, esta persona influencia con sus creencias, expectativas y principios en las decisiones y el camino que toma la organización. “El empresario de la microempresa no tiene en

mente sólo la generación de beneficios sino que también dedica parte de sus esfuerzos al logro de objetivos sociales”, esto se ve reflejado sobre todo cuando con su trabajo busca personas allegadas para generar más trabajo, empresas que se apoyan, generando alianzas para el crecimiento de las partes.

Algunos de los beneficios que menciona Correa (2004), la Responsabilidad Social produce reducción de costos operativos, mejora la imagen de la marca en el mercado y logra mayor identidad y sentido de pertenencia de sus colaboradores, lo que se convierte en el mejor negocio, no con visión cortoplacista, sino también para el futuro. La aplicación de programas de RSE, mejora el desempeño financiero, aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas, aumenta la productividad y calidad, mejora la capacidad para retener y contratar a los mejores empleados y favorece el acceso a capitales de las empresas (p.16).

La Ley MIPYME 590 de 2000 y 905 de 2004 (Ministerio de Comercio, 2009), “la Micro, Pequeña y Mediana empresa, es toda unidad de explotación económica realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbana”. Las empresas mipyme tienen hasta 10 empleados, la pequeña empresa tiene de 11 a 50 empleados y mediana de 51 a 200 empleados.

Es importante resaltar la participación de las mipymes en la economía del país, el periódico el Espectador en su edición económica de julio de 2011 exalta las cifras de participación de estas En Colombia el 96% de las empresas son mipymes:

Pymes en cifras. 23 mil mipymes existen en Colombia, principalmente en Bogotá —donde están establecidas el 96,4% de éstas— Cali, Barranquilla y Bucaramanga.

76% del empleo lo generan las micro, pequeñas y medianas empresas. El 70% de los empleos en Bogotá son originados por pymes.

45% de la producción de estas compañías está dedicada a la manufactura. El 40% de los salarios registrados por el país son originados por las mipymes. (Diario El Espectador, 2011,p.3^a).

Cuadro 1. Beneficios de la RSE

Ámbito	Beneficios
COMERCIAL	Reputación e imagen positiva Fidelidad de los clientes Posicionamiento y diferenciación de marca
FINANCIERO	Acceso a nuevos mercados Atracción de inversiones Reducción de costos de operación Incremento de ventas Rentabilidad de largo plazo
LABORAL	Disminución de la percepción del riesgo para posibles inversores Reducción de ausentismo Incremento del nivel de motivación para desarrollar tareas Compromiso en el trabajo (no sólo por obtener una compensación económica) Productividad laboral
MEDIOAMBIENTAL	Captación y retención de talentos Reducción de costos de producción (disminución de desechos) Eficiencia en el uso de recursos
LEGAL	Calidad e innovación en productos Disminución de costos por el respeto a la legislación Mejora las relaciones con la autoridad

Nota. Datos obtenidos de (Murdock, H. , 2008)

4.3 Marco Contextual

4.3.1 Reseña Histórica de la Microempresa

En el año 2009 cuatro jóvenes universitarios estudiantes de ingeniería electrónica de la Escuela Colombiana de Ingeniería “Julio Garavito” tomaron la decisión de crear empresa; debido a que sus conocimientos sobre el tema eran pocos, Daniel Acosta hoy Director general de Grupo C-Tronik tomó la decisión de apoyarse con la Cámara de Comercio de Bogotá y su programa de Bogotá emprende para conocer los aspectos de creación de empresa, formulación

de idea de negocio y conocimientos adicionales pertinentes como lo son: el mercadeo, lo financiero y la parte jurídica (tramites en la DIAN y Cámara de Comercio, registros, estatutos. Etc.).

En Febrero de 2010 Daniel ingreso en un taller de Cámara de Comercio llamado “realiza tu plan de negocio”, simultáneamente se realizó un proyecto en Tecnoparque centro tecnológico del SENA. Para ingresar se exigía un proyecto el cual demostrara alto nivel tecnológico e innovación, la propuesta consistía en crear un “display de agua”, la idea general está basada en una impresora de agua que muestra figuras cuando cae, siendo el agua la que forma las figuras en el aire.

Después de un tiempo dos personas se retiran e ingresa Álvaro, otro ingeniero electrónico amigo de la universidad.

Paso el tiempo y el trabajo y la persistencia y la presión de los asesores de tecnoparque para presentar el proyecto en la feria de EXPOSENA 2010 logro los resultados esperados, se terminó el proyecto que ahora ya tenía nombre y fue, AQUATRONIK. En Junio de 2010 hacia su primer lanzamiento en Corferias Bogotá.

En Julio 12 de 2010 con toda la documentación necesaria se realizó la presentación en Cámara de Comercio para crear la empresa GRUPO C-TRONIK LTDA. Para septiembre AQUATRONIK la marca se registraba en la SIC (Superintendencia de Industria y comercio) finalmente AQUATRONIK® se registró



Figura 2. Exposición Aquatronic. Datos obtenidos de (Exposena, 2010)

La solución para continuar con la realización del sistema AQUATRONIK®, no fue determinante ni en Cámara de Comercio ni en el SENA, fué gracias al apoyo de préstamos externos para poder crear a partir de ese pequeño prototipo de “display de agua” una sistema mucho más grande y mejor elaborado el AQUATRONIK® AQTk200PC. AQUATRONIK® 200 PÍXELES PORTÁTIL BOQUILLAS CRUZADAS. Sistema capaz de generar una infinidad de logos imágenes y dar mensajes. Terminado de construir en Marzo de 2011.

Realizando publicaciones gratuitas en redes sociales, en plataformas publicitarias gratuitas en internet, con videos demostrativos, contactos con proveedores, se recibió una llamada desde Chile, los cuales manifestaron que deseaban adquirir un sistema como AQUATRONIK® en su nuevo súper edificio “La torre costanera”, paso el tiempo y se realizó el seguimiento al cliente en Chile y se confirmó la compra de un sistema de 3 metros; lo correspondientes a la exportación. Daniel solicitó todo el apoyo respectivo con asesores de agencias de carga, agencia de logística internacional y cursos de exportación en el ministerio comercio industria y turismo y su programa de atención al ciudadano y la oficina de Proexport. El sistema fue terminado en Enero de 2012.

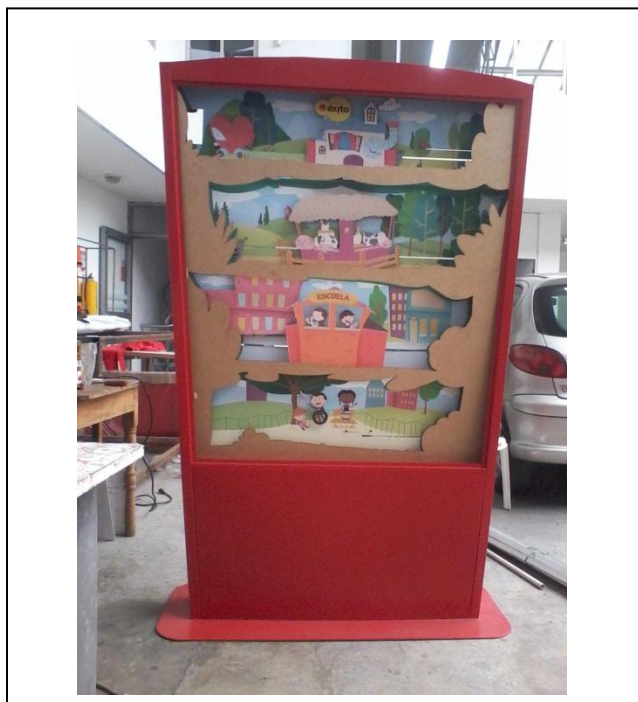


Figura 3. Prototipo de Grupo C-Tronik para proyecto a la medida. Datos obtenidos de (Grupo C-Tronik Ltda,2013)

El ingeniero socio Andrés, viajó en Marzo de 2012 para realizar la asesoría de instalación, uso y funcionamiento del sistema como complemento en la venta del sistema AQTK80PC en tres módulos de 1 metro cada uno con la más alta resolución posible, todo funcionó y salió perfecto.

A partir de la fecha y con las experiencias y el conocimiento aprendido por los Ingenieros de Grupo C-Tronik Ltda se están realizando proyectos a la medida para las empresas.

A 2013 ha logrado penetrar el mercado bogotano y colombiano.

5. Diseño Metodológico

El diseño con el cual se orientó el desarrollo de este trabajo para cumplir con los objetivos planteados, es de corte cualitativo y cuantitativo. Se caracteriza por la inclusión de procedimientos mixtos para la obtención de resultados veraces en el contexto particular de la empresa Grupo C-Tronik Ltda

5.1 Tipo de Investigación

Es un estudio descriptivo, que se caracteriza por buscar especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea analizado (Dankhe, 1986) donde se realizó una particularización de las situaciones del contexto y de las circunstancias presentadas sobre la RSE en el Grupo C-Tronik, con el fin de observar detalladamente como se evidencia la RSE en las actuaciones normales de la empresa. El objetivo mediante dicha investigación fue realizar una caracterización de las prácticas en RSE con el fin de cuantificar el nivel de aplicación de las mismas, para luego analizar, concluir y generar unas recomendaciones para resolver el problema planteado.

5.2 Metodología

Esta investigación se desarrolla a partir de un estudio de caso, aplicado a la empresa Grupo C-Tronik, en donde se pretende analizar y caracterizar los diferentes aspectos de la temática propuesta.

Una investigación de tipo descriptivo busca definir las características del objeto de estudio.

5.3 Técnicas de Recolección de Información

Para la recopilación de información del presente trabajo se centra en tres fases importantes a saber:

Fase 1: Acercamiento a través de la elaboración y aplicación de una entrevista semi-estructurada de carácter cualitativo, cuya principal característica es la utilización de preguntas abiertas para medir el conocimiento y el interés de la empresa en abordar aspectos de RSE en la operación de la misma.

La técnica de la entrevista semiestructurada/abierta es un “Proceso comunicativo por el cual un investigador extrae una información de una persona “el informante, [...] que se halla contenida en la biografía de ese interlocutor”. La entrevista abierta es la situación de la confesión donde se invita al sujeto entrevistado a la confidencia (DELGADO y GUTIÉRREZ 1995).

La entrevista semi-estructurada permite abordar el estudio de caso, ya que se logra visualizar la actitud de los individuos, recogiendo una visión subjetiva de los involucrados.

Fase 2: Diagnostico cuantitativo por aplicación del Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE de Cámara de Comercio de Bogotá para establecer el nivel de incorporación en C-Tronik y se analizó cada aspecto.

Gracias a la percepción que se adquiera de la empresa y los resultados obtenidos, nos permitirán tener una referenciación general para el diseño de recomendaciones estratégicas basadas en RSE, generando así esquemas más claros que se puedan modelar a través de herramientas sistémicas.

5.4 Técnica de Análisis de Información

El análisis, conclusiones y recomendaciones se realizaron con base a los aspectos sociales, ambientales y financieros de la RSE respecto a la verticalidad de áreas expuestas en el Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE de Cámara de Comercio de Bogotá, y la intervención estratégica, implicaciones, debilidades y fortalezas que se evidencia en su quehacer para caracterizar sus actuaciones en RSE y así determinar cuáles serían las áreas a fortalecer como parte de su planeamiento estratégico futuro.

6. Entrevista

Entrevista semi- estructurada realizada al Gerente de Grupo C Tronik, para poder acercarnos a un diagnostico preliminar de las prácticas en responsabilidad social que realiza la empresa.

Empresa: Grupo C-Tronik

Dirección: Calle 20 D # 96c - 76

Nit: 900.368.620-1

Nombre Representante Legal: Daniel Esteban Acosta Ramírez

Cargo: Director General

Fecha: 08 de enero de 2014

1. ¿Para usted que es RSE (Responsabilidad Social Empresarial)?

"Tiene que ver con los aspectos laborales, ambientales

En la parte laboral ser responsable de contratación dar prioridad a personas con alguna discapacidad, ser equitativo e igualitario en el trabajo.

En la parte Ambiental manejar de forma adecuada los desperdicios."

2. ¿Ha realizado o realiza alguna actividad de responsabilidad social? De ser así que actividades ha realizado?

"No sé específicamente pero la empresa contrata y capacitan personas de escasos recursos para la instalación de los proyectos que se realizan en la empresa, esta capacitación es gratuita

les sirve para realizar trabajos en otros lados, sin dejar de lado las obligaciones de ley para su contratación.

Tenemos alianzas con otras empresas mipyme y pyme donde se realiza un trabajo conjunto para ayudarnos en proyectos y así potencializar los alcances de las empresas por medio de redes de contactos.

Se realiza recolección de los residuos electrónicos generados dentro de la empresa y se llevan a centros de acopio para su disposición final."

3. ¿Se asegura de usar eficientemente los recursos financieros, humanos y naturales? Que hace para realizar esto?

SI x NO

"Para los recursos financieros y humanos es claro que se hace un uso eficiente, para los recursos naturales en el Aquatronik que donde se hace mayor uso del agua siempre se busca reutilizar dicha agua y de ser posible aprovecharla para jardinería o aseo.

Tenemos prácticas como la reutilización del papel y sólo se imprime sí es completamente necesario.

Los soportes contables se manejan de forma digital de tal manera que se mantienen en la nube de google para evitar las fotocopias y uso excesivo del papel, carpetas, ganchos etc. Como un ejemplo nos parece que entidades como DIAN no facilitan esta práctica debido a las exigencias de factura impresa, pudiendo manejar este documento de forma digital, o en papel reciclado.

En la parte humana las personas que trabajan en la empresa cuentan con flexibilidad de horario para su formación y desplazamientos."

4. ¿Sabe usted que son los grupos de interés? De ser así ha identificado sus grupos de interés y los tiene priorizados?

SI NO x

5. ¿Existen mecanismos de diálogos para conocer las preocupaciones o expectativas de sus clientes, proveedores, accionistas, la comunidad de su sitio de trabajo y colaboradores?

SI x NO

"Si existen los medios de comunicación y dialogo aunque es necesario recalcar la prioridad en la comunicación con los clientes y proveedores, pues es vital en el funcionamiento de la empresa.

Con los colaboradores de la empresa existe un dialogo directo.

En ocasiones ha existido un interés de los vecinos en conocer la empresa y poder tener una alternativa de trabajo en ella, se han realizado actividades lúdicas con personas de la comunidad para la integración de los colaboradores y los vecinos."

6. ¿Coopera su empresa o participa en actividades sociales?

Si como le mencionaba pues son actividades lúdicas sencillas que favorecen la aceptación de la empresa en el barrio.

7. ¿Ha implementado su empresa un mecanismo para evaluar y seleccionar proveedores y subcontratistas?

SI x NO

¿Tiene en cuenta los siguientes aspectos?

	Aspectos	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Calidad	x		
2	Respeto al medio ambiente		x	No es el tema prioritario debido a que la mayoría de los proveedores son pequeños y no cuentan con información. Para los proveedores grandes se toman en cuenta las certificaciones con las que cuentan tanto en calidad como en medio ambiente.
3	Costo	x		
4	Buenas Practicas	x		
5	Derechos Humanos		x	
6	Otros (Especifique)	x		El servicio al cliente es el más importante ya que es fundamental para llegar a un vinculo comercial duradero en el tiempo.

8. ¿Está usted interesado en Caracterizar el nivel de incorporación de prácticas de RSE dentro de la empresa?

SI x NO

Después de haber realizado la entrevista se pudo evidenciar conocimientos básicos y buenas prácticas en el tema y el interés por parte de la alta gerencia en caracterizar el nivel de RSE dentro de la empresa.

7. Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE de Cámara de Comercio de Bogotá

Al acceder al diccionario de la Real Academia Española, encontraremos que el término auto significa 'propio' o 'por uno mismo' (RAE, 2013); mientras que diagnóstico procede de la palabra griega “*diagnosis*”, la cual traducida al castellano viene a ser lo mismo que “*conocimiento*”, en el mundo empresarial, la unión de estos términos hacen referencia a aquellas actividades que se llevan a cabo para poder conocer de primera mano cuál es la situación de la empresa y sus principales impedimentos para lograr alcanzar sus objetivos.

El autodiagnóstico es un ejercicio que permite a los miembros de las empresas aprender a identificar los principales elementos de su organización y a calificar el estado en que se encuentran en su proceso de desarrollo.

El autodiagnóstico seleccionado, tiene el objetivo de realizar una caracterización de las principales prácticas en de Responsabilidad Social Empresarial que llevan a cabo las pequeñas y medianas empresas, con el fin de que los empresarios puedan autoevaluar su nivel de implementación e identificar factores de mejoramiento que contribuyan a fortalecer la competitividad y sostenibilidad de sus organizaciones, este ejercicio facilita la producción de conocimiento personal y colectivo

Para poder planear el desarrollo de la RSE en cualquier organización, se requiere tener una línea base desde el conocimiento del grado de desarrollo de sus áreas fundamentales. A partir del autodiagnóstico se puede elaborar el plan de desarrollo orientando con eficacia la aplicación de recursos económicos y humanos, logrando beneficios a corto, mediano y largo plazo.

Descripción del Instrumento. El instrumento está conformado por seis áreas de evaluación que corresponden a los ámbitos de responsabilidad social empresarial

Las áreas son:

- I. Prácticas de gobernanza en la empresa
- II. Prácticas laborales y derechos humanos
- III. Prácticas ambientales
- IV. Prácticas con comunidad y sociedad
- V. Prácticas con clientes
- VI. Prácticas con proveedores (Cámara de Comercio de Bogotá, 2010)

Cada una de estas áreas está descrita por un determinado número de prácticas o acciones de Responsabilidad Social Empresarial. El ejercicio de autodiagnóstico consiste en estimar en la aplicación o no de prácticas en cada una de las áreas evaluadas (expresado en términos de indicador), a través de una escala del 0 al 3, donde 3 representa la existencia de prácticas RSE en el área evaluada al interior de la organización, y 0 si se considera que no aplica a la organización.

Este instrumento está diseñado para que quienes lo utilizan puedan generar un diagnóstico, ya que a medida que se responde, el instrumento arroja un promedio por área, lo que facilita que al terminar de responder cada área, se cree una imagen gráfica del grado en que los ámbitos de responsabilidad social empresarial vienen siendo practicados en la organización

En la prueba se obtendrá un resultado específico por cada una de las seis (6) áreas de la Responsabilidad Social evaluadas el cual permite visualizar en la hoja "Resultados" donde aparecerá un gráfico indicando el puntaje obtenido en cada una. Además, obtendrá un resultado general del nivel de incorporación de prácticas de RSE en su organización, este nivel está determinado con base en los siguientes rangos:

Cuadro 2. Niveles

Niveles	Puntajes	
	Mínimo	Máximo
Nivel de consolidación	2,51	3,00
Nivel de mejoramiento	2,00	2,50
Nivel de alerta	1,51	2,00
Nivel crítico	1,00	1,50

Fuente. Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE, Instructivo. CCB 2010.

Cuadro 3. Niveles

Nivel de Consolidación: La empresa presenta un alto compromiso en la implementación de prácticas de Responsabilidad Social, con acciones encaminadas a mejorar su nivel de competitividad, sostenibilidad y diferenciación con respecto a otras organizaciones de su sector. Es el momento de estructurar y consolidar un sistema integrado de gestión, que le permita trazar el camino hacia el liderazgo, generar mayores beneficios económicos, sociales y ambientales, y obtener el reconocimiento como una empresa socialmente responsable.

Nivel de Mejoramiento: La empresa ha incorporado en su gestión algunas prácticas de Responsabilidad Social, sin embargo estas requieren de un mayor nivel de articulación con la estrategia, la estructura y la cultura organizacional. Por lo tanto, se sugiere desarrollar un proceso estructurado e integral de gestión de la RSE, que le permita fortalecer su posicionamiento en el mercado y mejorar el nivel de relacionamiento con sus principales grupos de interés.

Nivel de Alerta: La empresa realiza varias actividades relacionadas con las áreas de gestión de la Responsabilidad Social, pero estas no corresponden a una decisión estratégica de diferenciación, competitividad y sostenibilidad de la organización. Por lo tanto, se sugiere evaluar los principales riesgos e impactos de la empresa frente a sus grupos de interés (socios, empleados, clientes, proveedores, comunidad, entre otros), con el fin de estructurar un sistema de gestión que redunde en la obtención de beneficios en los ámbitos económico, social y ambiental.

Nivel Crítico: La empresa tiene un bajo número de acciones de Responsabilidad Social, estando expuesta a múltiples riesgos económicos, legales, sociales y ambientales. Por lo cual, se evidencia la necesidad de analizar los impactos y beneficios de la implementación de buenas prácticas de RSE para el fortalecimiento de la competitividad y sostenibilidad de la organización en el mediano y largo plazo.

Nota. Datos obtenidos de (Cámara de Comercio de Bogotá, 2010)

Inicie el autodiagnóstico leyendo cuidadosamente uno por uno los enunciados y califique cada una de las preguntas del instrumento así:

- Si tiene la práctica, califique 3
- Si no tiene la práctica, califique 1
- Si considera que el criterio no aplica a su organización, califique 0

Ejemplo:

Cuadro 4. Calificación

No	Prácticas a evaluar de responsabilidad social empresarial	Si	No	No aplica
1	La empresa cuenta con una misión y una visión socialmente responsables.	3		

Fuente. Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE, Instrumento. CCB 2010.

Recuerde que debe responder conforme a la situación actual y real de la empresa y NO de acuerdo a sus expectativas y proyectos a futuro.

Al finalizar revise cada capítulo, observe la imagen creada en la gráfica que aparece en la hoja "Resultados", el promedio de las calificaciones asignadas para cada una de las seis (6) áreas de la Responsabilidad Social e identifique como fortalezas aquellas áreas donde haya mayor cobertura y como debilidades o áreas de oportunidad, aquellas donde encuentre más cerca al centro de la gráfica o telaraña.

Áreas de evaluación

I. Prácticas de gobernanza en la empresa. En esta área se evalúan las prácticas de la gobernanza de la organización, siendo este un sistema para la toma de decisiones, su implementación y responsabilización de los impactos derivados de las decisiones adoptadas para el logro de los objetivos de la organización, establecidos mediante procesos definidos de manera

formal e informal implícitos en el quehacer organizacional, su la cultura y los valores de la empresa.

Así mismo, en esta área se evalúan aspectos de liderazgo, la debida diligencia y la integración de los asuntos de responsabilidad social en la empresa tales como, la transparencia, el comportamiento ético, el respeto a los derechos humanos y a los intereses de las partes interesadas, entre otros.

Cuadro 5. Prácticas de gobernanza

ÁREAS DE RSE	No	PRÁCTICAS A EVALUAR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	SI	NO	NO APLICA	PROMEDIO POR ÁREA
PRÁCTICAS DE GOBERNANZA EN LA EMPRESA	1	La empresa cuenta con una misión y una visión socialmente responsables.				
	2	La empresa tiene un enfoque de sostenibilidad (desempeño social, económico y ambiental).				
	3	La empresa adopta unos principios o valores que orientan su gestión.				
	4	La empresa ha incorporado algún estándar nacional o internacional de responsabilidad social.				
	5	La empresa cuenta con una política de responsabilidad social empresarial.				
	6	La empresa cuenta con una persona o grupo que oriente la cultura, la estrategia y las prácticas de responsabilidad social.				
	7	La empresa cuenta con algún mecanismo para relacionarse con sus grupos de interés.				
	8	La empresa elabora y pública anualmente un informe de sostenibilidad.				
	9	La empresa garantiza un manejo transparente y creíble de la información.				
	10	La empresa tiene un procedimiento para evaluar la gestión de los administradores.				
	11	La empresa define criterios o reglas para el manejo de los conflictos de interés.				
	12	La empresa ha desarrollado algún tipo de iniciativa para promover el Buen Gobierno Corporativo.				

Fuente. Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE, Instrumento. CCB 2010.

II. Prácticas laborales y derechos humanos. Las Naciones Unidas (2010) definen los derechos humanos, como “derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna de nacionalidad, lugar de residencia, sexo, origen nacional o étnico, color, religión, lengua, o cualquier otra condición. Todos tenemos los mismos derechos humanos, sin discriminación

alguna. Estos derechos son interrelacionados, interdependientes e indivisibles” (p.2), estos deben ser respetados por los organismos internacionales, oficiales y privados que se les otorgue la capacidad de incidir sobre el bienestar de otros.

Las empresas juegan un papel importante frente al respeto y aplicación de los derechos humanos, para el manejo de las relaciones humanas frente a sus grupos de interés, la toma de decisiones comprometerá el debido proceso como política integral en las actividades usuales de negocios, evaluando los posibles impactos positivos o negativos de la interacción con sus grupos de interés, considerando la promoción de derechos humanos.

Las prácticas laborales comprenden todas las políticas y prácticas relacionadas realizadas por la organización o en nombre de la misma, incluyendo el trabajo subcontratado. Abarca las actividades de reclutamiento, programas de capacitación, los manuales de procedimientos laborales y éticos, la salud, la seguridad e higiene industrial, la negociación colectiva, la remuneración, las jornadas laborales y cualquier práctica que incida en las condiciones de trabajo.

Las prácticas laborales son parte de las normas emitidas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), mismas que refuerzan la Declaración Universal de los Derechos Humanos y otros instrumentos legales asociados. Establecen principios y derechos básicos universales de trabajo que previenen la competencia desleal basada en la explotación y el abuso, promoviendo a su vez el trabajo decente y productivo para mujeres y hombres. (CEGESTI, 2011)

En esta área el instrumento evalúa las prácticas laborales y los derechos humanos desde una visión socialmente responsable, entendiendo la organización como motor del desarrollo humano, gestor de justicia social, la estabilidad y la paz.

Cuadro 6. Prácticas Laborales y de derechos Humanos

ÁREAS DE RSE	No	PRÁCTICAS A EVALUAR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	SI	NO	NO APLIC	PROMEDIO POR ÁREA
PRÁCTICAS LABORALES Y DERECHOS HUMANOS	13	La empresa desarrolla iniciativas para mejorar las condiciones de los trabajadores en materia de salud y seguridad industrial.				
	14	La empresa aplica criterios objetivos para los procesos de contratación, capacitación, ascenso y evaluación.				
	15	La empresa desarrolla iniciativas para evitar todo tipo de discriminación (raza, sexo, edad, religión) en sus procesos internos.				
	16	La empresa promueve acciones para el desarrollo educativo y profesional de sus trabajadores.				
	17	La empresa otorga a sus empleados beneficios adicionales a los legales (educativos, económicos, sociales o culturales)				
	18	La empresa mejora las condiciones de trabajo en materia de ambiente físico, higiene, ventilación e iluminación.				
	19	La empresa desarrolla hábitos saludables (salud laboral, práctica de deportes, dieta saludable, prácticas anti-estrés).				
	20	La empresa promueve horarios flexibles o reducción de jornada para equilibrar la vida personal y laboral de sus trabajadores				
	21	La empresa promueve relaciones respetuosas entre todos los miembros de la organización.				
	22	La empresa fomenta espacios o mecanismos para que los trabajadores expresen sus ideas, sugerencias, propuestas o quejas.				
	23	La empresa ha desarrollado iniciativas para prevenir, denunciar y sancionar todo tipo de acoso.				
	24	La empresa garantiza el respeto a la libre asociación.				
	25	La empresa apoya a los trabajadores con menores ingresos.				
	26	La empresa promueve la vinculación de poblaciones diversas (vulnerables/marginales/discapacidad).				

Fuente. Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE, Instrumento. CCB 2010.

III. Prácticas ambientales. Todas las organizaciones impactan de distintas formas y grados el ambiente, indistintamente de que su actividad sea de producción de bienes o servicios, los impactos ambientales comúnmente conocidos son los de la explotación o extracción de recursos naturales, la producción de residuos sólidos, la destrucción de hábitats naturales, los consumos energéticos y de agua entre otros, Hoy por hoy, es necesario la incorporación de variables tendientes a la disminución de la huella ecológica de la empresa.

En este sentido el instrumento busca identificar desde un marco de responsabilidad social, si son atendidos los aspectos ambientales generados por la organización en sus actividades, a fin de desarrollar estrategias que permitirán mitigar los efectos adversos sobre el ambiente.

Cuadro 7. Prácticas Ambientales

ÁREAS DE RSE	No	PRÁCTICAS A EVALUAR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	SI	NO	NO APLIC.	PROMEDIO POR ÁREA
PRÁCTICAS AMBIENTALES	27	La empresa promueve la formación ambiental de sus colaboradores y el fortalecimiento de la cultura de responsabilidad ambiental.				
	28	La empresa tiene identificado la cantidad de materiales que utiliza en su operación.				
	29	La empresa adopta medidas para reducir el uso de la energía.				
	30	La empresa adopta medidas para ahorrar el consumo de agua.				
	31	La empresa desarrolla iniciativas para promover la reducción, reutilización y reciclaje de materiales (papel, plásticos, cartón, vidrio, etc.).				
	32	La empresa promueve proyectos de ecoeficiencia en sus productos o servicios.				
	33	La empresa desarrolla iniciativas para atender y mitigar los impactos ambientales de sus procesos y productos sobre los ecosistemas.				
	34	La empresa cumple con la regulación y normatividad vigente en materia medioambiental.				
	35	La empresa desarrolla inversiones ambientales en programas que prevenga las emisiones de gases de efecto invernadero.				
	36	La empresa cuenta con una política o un sistema de gestión ambiental.				

Fuente. Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE, Instrumento. CCB 2010.

IV. Prácticas Con Comunidad Y Sociedad. Las empresas como miembros activos de la sociedad, asumen un papel fundamental y a su vez se someten a cumplir con las demandas de la comunidad, entendiéndose comunidad como **“grupo de seres humanos que comparten elementos en común”**. (Definiciones , 2013)

Los individuos se relacionan con la organización a través de diversos roles, como consumidores de sus productos, haciendo parte de su nómina, siendo proveedor de sus materias primas, o simplemente viéndose afectados por la operación de la empresa.

En esta materia, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se debe traducir en asumir y ocuparse en mitigar los efectos de los impactos de sus operaciones en la sociedad, por medio

de la implementación de prácticas justas de operación, un comportamiento empresarial ético que no se limite a solamente cumplir con consideraciones morales o legales, sino que voluntariamente toma en cuenta a la comunidad y sus necesidades.

Cuadro 8. Prácticas con comunidad y Sociedad

ÁREAS DE RSE	No	PRÁCTICAS A EVALUAR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	SI	NO	NO APLICA	PROMEDIO POR ÁREA
PRÁCTICAS CON COMUNIDAD Y SOCIEDAD	37	La empresa involucra a la comunidad para identificar sus problemas y su aporte a la solución.				
	38	La empresa cuenta con unos compromisos con la comunidad formalmente reconocidos.				
	39	La empresa desarrolla iniciativas para mejorar el bienestar o desarrollo de la comunidad en la que ejerce influencia social.				
	40	La empresa capacita a la comunidad en la práctica de los valores democráticos y ciudadanos (convivencia, pluralismo, respeto a la diferencia, etc.).				
	41	La empresa desarrolla iniciativas de cooperación con entidades públicas, otras empresas y organizaciones de la sociedad civil.				
	42	La empresa promueve la lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.				
	43	La empresa define una política de relación con su comunidad de influencia.				
	44	La empresa promueve relaciones transparentes con las autoridades públicas e instituciones gubernamentales.				
	45	La empresa apoya la gestión gubernamental local, regional o nacional en áreas o programas específicos.				

Fuente. Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE, Instrumento. CCB 2010.

V. Prácticas Con Clientes. Los mercados responsables comprometen actuaciones más justas, equitativas e informadas por parte de las organizaciones, donde los clientes sean capaces de discernir entre sus opciones de compra otras cualidades adicionales a las implícitas en el mismo producto o servicio. Tener en cuenta las expectativas, comentarios y opiniones de los consumidores es un punto clave en la diferenciación de los productos y servicios generados en una organización comprometida con la RSE.

Según CEGESTI (2011), los asuntos de los consumidores en un ámbito de responsabilidad se enfocan en “las prácticas justas de marketing, la protección de la salud y la

seguridad, el consumo sostenible, la resolución de controversias y la compensación, la protección de la privacidad y de los datos, el acceso a productos o servicios esenciales, el tratamiento de las necesidades de los consumidores vulnerables y la educación, entre otros”(p.3).

De tal manera que el instrumento nos muestra algunos aspectos frente a las prácticas responsables adoptadas por la organización a evaluar.

Cuadro 9. Prácticas con clientes

ÁREAS DE RSE	No	PRÁCTICAS A EVALUAR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	SI	NO	NO APLICA	PROMEDIO POR ÁREA
PRÁCTICAS CON CLIENTES	46	La empresa cuenta con mecanismos para atender preguntas, quejas y reclamos de sus clientes.				
	47	La empresa desarrolla mecanismos para fortalecer la comunicación con sus clientes.				
	48	La empresa controla los impactos de los productos y servicios en la salud de sus clientes.				
	49	La empresa ofrece información sobre los contenidos de sus productos/servicios para orientar a sus clientes sobre los modos de uso, almacenamiento y desecho.				
	50	La empresa garantiza la publicidad respetuosa de clientes y consumidores excluyendo métodos que manipulen su opinión o violenten su integridad.				
	51	La empresa define mecanismos para mejorar el servicio post-venta.				
	52	La empresa respeta la privacidad de los clientes y evita la fuga de datos personales.				

Fuente. Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE, Instrumento. CCB 2010.

VI. Prácticas con Proveedores. Los proveedores son definidos como “la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin. (Definiciones , 2013)

Bajo la RSE las prácticas con proveedores se deben fundamentar en la construcción de relaciones de confianza a través reglas claras de actuación de las partes, transparencia y equidad.

La actuación ética de la organización y sus proveedores, promoverán políticas claras, imparciales y objetivas, que garanticen la igualdad de condiciones, lo cual repercute en doble vía en los intereses económicos de las ambas partes.

El instrumento permite revisar las prácticas que en materia de proveedores aplica la organización.

Cuadro 10. Prácticas con Proveedores

ÁREAS DE RSE	No	PRÁCTICAS A EVALUAR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	SI	NO	NO APLICA	PROMEDIO POR ÁREA
PRÁCTICAS CON PROVEEDORES	53	La empresa ofrece información completa sobre los requerimientos que deben cumplir sus contratistas y proveedores.				
	54	La empresa cumple oportunamente con los compromisos contractuales adquiridos con sus proveedores y contratistas.				
	55	La empresa define criterios claros de evaluación y selección de contratistas y proveedores en relación a calidad, precio y responsabilidad contractual.				
	56	La empresa fortalece la comunicación y la atención a sus contratistas y proveedores.				
	57	La empresa promueve el fortalecimiento de pequeños y medianos proveedores.				
	58	La empresa impulsa iniciativas de responsabilidad social en su cadena de contratistas y proveedores.				
	59	La empresa promueve la sana competencia entre sus proveedores o contratistas.				
	60	La empresa promueve la compra y el uso de productos locales y nacionales.				

Fuente. Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE, Instrumento. CCB 2010.

8. Resultado Aplicación Instrumento

Cuadro 11. Áreas

Áreas		Puntaje
I	Gobernanza/Gobierno Corporativo	2,17
II	Laboral y derechos humanos	2,07
III	Medio ambiente	2,20
IV	Comunidad	1,22
V	Clientes	2,29
VI	Proveedores	2,50
Promedio General		2,07

Fuente. Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE, Resultado. CCB 2010.

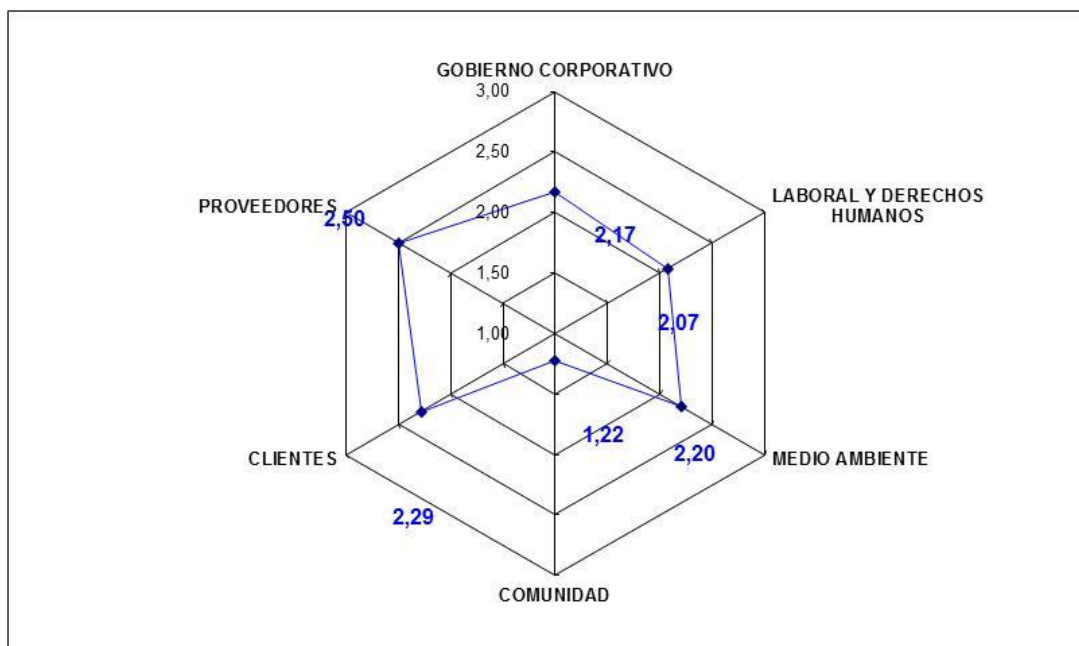


Figura 4. Áreas. Elaborado por los Autores

Cuadro 12. Niveles

Niveles	Puntajes	
	Mínimo	Máximo
Nivel de consolidación	2,51	3,00
Nivel de mejoramiento	2,00	2,50
Nivel de alerta	1,51	2,00
Nivel crítico	1,00	1,50

Fuente. Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE, Resultado. CCB 2010.

Nivel de Mejoramiento: La empresa ha incorporado en su gestión algunas prácticas de Responsabilidad Social, sin embargo estas requieren de un mayor nivel de articulación con la estrategia, la estructura y la cultura organizacional. Por lo tanto, se sugiere desarrollar un proceso estructurado e integral de gestión de la RSE, que le permita fortalecer su posicionamiento en el mercado y mejorar el nivel de relacionamiento con sus principales grupos de interés.

9. Diagnostico

Las prácticas que presenta el instrumento fueron agrupadas según los tres ejes de la RSE Ambiental, Económico y Social para tener una mayor claridad en el instrumento aplicado, de la siguiente forma.

SOCIAL

Prácticas laborales y derechos humanos

Prácticas con comunidad y sociedad

AMBIENTAL

Prácticas ambientales

ECONOMICO

Prácticas con proveedores

Prácticas con clientes

De forma transversal se toman las prácticas de **Gobernanza** en la empresa, que son aquellas que define la alta gerencia, dentro de la organización.

Después de aplicar el instrumento en la empresa Grupo C-Tronik y obtener un puntaje de 2.07 ubicándolo en nivel de mejoramiento, se llegaron a las siguientes conclusiones

EN LO SOCIAL

- Se puede decir que en materia social su calificación no es la mejor, pues siendo una empresa mipyme carece de medios formales de comunicación con la comunidad y de actividades que integren la empresa con su entorno.

EN LO AMBIENTAL

- Se observa en materia medioambiental, que sus actividades no generan mayor impacto y, si aplican programas orientados a mitigar los efectos negativos generados por su trabajo, en consecuencia se logra ahorro y mejoras en términos económicos.

- En materia ambiental la empresa no cuenta con mecanismos definidos de disposición final en la producción, pues no se cuenta con los recursos, ni los medios para hacerlo, a cambio de esto, lleva a centros de acopio los desechos electrónicos, donde empresas especializadas hacen la disposición final de los mismos.

- Adicionalmente y como aporte, la empresa se ha visto reconocida por presentar una solución publicitaria innovadora y amigable con el medio ambiente, con su display de agua expuesto en EXPOSENA y Corferias Centro de Eventos de Bogotá.

EN LO ECONOMICO

- Debido a la participación del 96% de las empresas Mipymes en la economía colombiana, se puede resaltar el valor del aporte que realizan estas dentro del producto interno bruto PIB.

- El Grupo C-Tronik no tiene identificados sus grupos de interés de manera consiente, aunque interactuar especialmente con sus proveedores y clientes, de forma sinérgica.
- En la aplicación del instrumento y la entrevista realizada se observó que la empresa no cuenta con una evidencia formal. Es difícil demostrar que los procesos y procedimientos implementados por Grupo C-Tronik propendan por las buenas prácticas y políticas claras de RSE.
- En materia laboral la empresa cumple con los requisitos exigidos por la ley y busca continuamente mejorar las condiciones de sus trabajadores, a pesar que en muchos casos los recursos económicos son limitados.

GOBIERNO CORPORATIVO

- Debido a que en la empresa trabajan los dueños y fundadores de la misma, la gobernanza y su forma de actuar y comunicar es transparente en todos los niveles, pues existe un compromiso de sostenibilidad en lo económico, lo social y lo ambiental.
- Las Mipymes tiene como fortaleza que por su tamaño incorporan con facilidad en su misión políticas de RSE y son asumidas por toda la organización de forma flexible y proporcional a su trabajo.

10. Recomendaciones

El compromiso que tienen las MIPYMES en una sociedad, no solo es lograr sostenibilidad económica, sino encontrar un equilibrio en los ejes ambientales y sociales, adoptando políticas de Responsabilidad Social Empresarial, que vayan más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, y que propendan, por búsqueda de la construcción de una mejor sociedad.

Se hace importante que las MIPYMES se vinculen a iniciativas de RS a través de herramientas de fácil comprensión y manejo, que le proporcionen al empresario y gerente un diagnóstico que haga evidentes sus oportunidades de mejoramiento y desarrollo, con el fin de motivarlos a continuar o aplicar principios y prácticas de RSE, generando beneficio a su empresa y sus partes interesadas. Entre los beneficios están:

- Reducción de costos dentro de las organizaciones con las mejoras ambientales.
- Confianza en el ámbito financiero frente a los clientes.
- Conocimiento y reputación con sus grupos de interés.
- Productividad y calidad al tener un buen clima laboral y manejar buenas relaciones con los empleados.

Las empresas sin importar su tamaño son entidades sociales que interactúan permanentemente con la sociedad, entiéndanse proveedores, comunidad, empleados, instituciones del estado, etc; por tanto se debe mantener un diálogo que permita conocer las expectativas y los efectos de su actuación en las mismas.

- Como recomendación general se propone a la empresa enfocar sus esfuerzos y desarrollar una estrategia de responsabilidad social, para así encaminar sus actuaciones de manera más cohesiva y consecuente, de manera que puedan trabajar con sus grupos de interés de forma priorizada y potencialicen su trabajo, pues de seguir realizando actividades aisladas no se ven resultados tangibles y orientados a favor de la empresa y su entorno.

- Se recomienda hacer una priorización de los grupos de interés en la empresa para ser incluidos dentro de la estrategia general de la empresa.

- Adicionalmente la empresa está a tiempo de dejar evidencia documentada de su trabajo y actividades en tema de RSE pues de esta manera, es que se logra presentar e informar a sus grupos de interés.

Social

- El aspecto que requiere mayor atención es en la Comunidad ya que fue la que obtuvo menor puntuación. Esto se presentó por la falta de comunicación con la comunidad y la empresa en términos de operación de la misma, es decir que se recomienda implementar un medio de comunicación documentado, de tal manera que se deje manifiesto el compromiso de las partes y poder coordinar la operación de la empresa, sin afectar a la comunidad, como por ejemplo acciones tan sencillas como evitar el cargue o descargue de mercancía en las horas pico o a la hora de salida de los colegios aledaños, entre otras cosas.

- Mantener la flexibilidad de horarios para la formación laboral de sus empleados sin afectar el desempeño de su trabajo en la empresa y llevando registro de las capacitaciones realizadas.

Económico

- Se recomienda mantener la comunicación y retroalimentación con los clientes y proveedores, para continuar mejorando los productos y servicios que ofrece la empresa.
- Fortalecer los lazos con los proveedores y clientes para generar beneficios comunes atendiendo las necesidades de cada parte.

Ambiental

- Buscar medios de aprovechamiento de los residuos generados por la empresa, como la venta de material sobrante de proyectos o en su defecto residuos generados en la realización de los mismos.
- Adicionar prácticas eco-eficientes dentro de su espacio de trabajo para reducir el consumo de electricidad, agua, papel etc, logrando así una reducción de costos y ayuda al medio ambiente.

Referencias Bibliográficas

- Argandoña. (2008). *La responsabilidad social de la empresas pequeñas y medianas*. Barcelona: Cuadernos Catedra.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2010). *Instrumento de Caracterización de Prácticas de RSE, hoja de Instrucciones*. Bogotá.
- Campbell, J. . (2007). *Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional* . Boston: Mc Graw Hill.
- Cato Scott, M. (2009). *Economía Verde*. Londres: Mc Graw Hill.
- CEGESTI. (2011). *Negocios responsables*. Recuperado el 20 de octubre de 2013, de <http://www.negociosresponsables.org/documentos/guias/flipguia5_es/files/page/1.swf>
- Comisión Europea. (2007). *Dirección general, empresa e industria*. Recuperado el 10 de noviembre de 2013, de <http://www.csr-in-smes.eu/downloads/brochure_spanish.pdf>
- Correa, M. (2004). *Responsabilidad Social Empresarial: una nueva forma de hacer negocios*. España.
- Cortina,A. . (1998). *Ciudadanos Del Mundo : Hacia Una Teoría De La Ciudadanía*. . Madrid: Alianza Editorial.
- Definiciones . (2013). *Concepto de comunidad* . Recuperado el 10 de octubre de 2013, de <<http://definicion.de/comunidad/#ixzz2qmj34o5q>>
- Diario El Espectador. (2011). *Las Pymes en cifras*. Recuperado el 22 de Abril de 2013, de <<http://www.elespectador.com/impreso/negocios/articulo-285125-un-pais-de-pymes>>
- Las Naciones Unidas. (2010). *Principios* . Recuperado el 28 de septiembre de 2013, de <<http://www.un.org>>

Martinez, H. . (2010). *La ética empresarial al comienzo del nuevo milenio: una aproximación bibliográfica y pedagógica*. Recuperado el 10 de octubre de 2013, de <http://javeriana.edu.co/fcea/documentos/documentos_admon/LA%20ETICA%20EMPRESARIAL.pdf>

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (23 de 03 de 2009). <http://www.mipymes.gov.co/microempresario/newsdetail.asp?id=86&idcompany=45>. Recuperado el 2010

Murdock, H. . (2008). *La Globalización, la Responsabilidad Social y el Capitalismo*, . Mexico: Paidós.

Organización Internacional del Trabajo. (2009). *La OIT y la Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado el 11 de octubre de 2013, de <http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@emp_ent/@multi/documents/publication/wcms_142694.pdf>

Porto Serantes,N & Castromán, J. (2006). *Responsabilidad social : un analisis de la situación actual en México y España*. Recuperado el 20 de octubre de 2013, de <<http://www.ejournal.unam.mx/rca/220/RCA22004.pdf>>

Real Academia española. (2012). *Diccionario*. Mc Graw Hill.

The Free Dictionary. (2010). *Definiciones*. Recuperado el 12 de octubre de 2013, de <<http://es.thefreedictionary.com/%C3%A9thos>>

World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future*. Boston: Oxford.