

Cartilla Guía para las Organizaciones

Modelo de Excelencia para la Responsabilidad Social Empresarial, MERSE

PREMIO NACIONAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL 2024

Reconocimiento a la gestión integral de las empresas socialmente responsables

Comité Directivo PNRSE

Diana Maria Monsalve
Jaime España
Nancy Vargas
Mario Salazar Salazar

Comité Técnico PNRSE

Gabriel Ortega
Jessica Jurado
Jorge Flechas
Nancy Vargas
Jenny Parada

Diseño y Diagramación, edición e impresión

ISSN

© Corporación Calidad

Reservados todos los derechos. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida o utilizada en cualquier forma o por cualquier medio electrónico o mecánico incluyendo fotocopiado y microfilmación sin permiso por escrito de la Corporación Calidad

Contenido

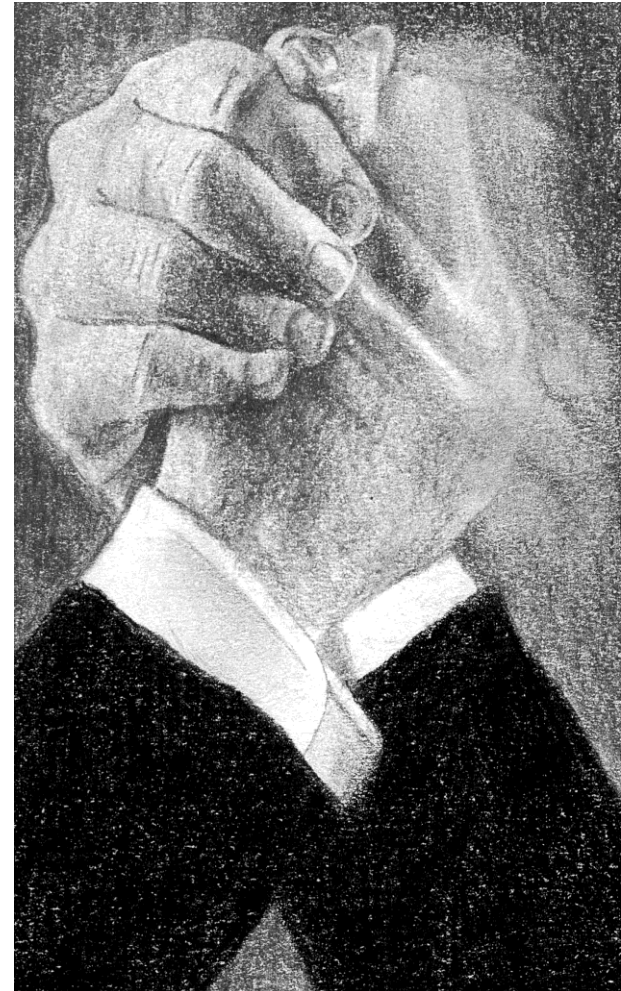
- a) Presentación
- b) Propósitos
- c) Alcance
- d) Beneficios para las organizaciones
- e) Modelo del premio
- f) Criterios de evaluación
- g) Proceso y cronograma del premio 2024
- h) Guía para la elaboración del informe de postulación
- i) Marco general de evaluación
- j) Recomendaciones generales
- k) Categorías y valores de postulación
- l) Compromisos de las organizaciones ganadoras
- m) Promotores del Premio
- n) Glosario
- o) Bibliografía
- p) Formulario de inscripción al PNRSE

A. Presentación

Desde hace algunos años diversos actores mundiales han venido promoviendo el tema de responsabilidad social, como parte del compromiso que tenemos ante generaciones futuras de construir una sociedad con mejores oportunidades, más equitativa, ambientalmente equilibrada y cada vez más comprometida con los derechos humanos.

Las organizaciones no son ajenas a esta responsabilidad colectiva, y muchas están asumiendo y contribuyendo al desarrollo sostenible – desde sus estrategias de negocios – de una manera responsable, generando valor compartido.

El **Premio Nacional de Responsabilidad Social Empresarial, PNRSE**, es el resultado del ejercicio de dos instituciones líderes del país que se han propuesto elevar y enriquecer el estado de la responsabilidad social, a través de un Modelo de Excelencia, que permite a cualquier organización –sin importar su tamaño, categoría o sector– establecer su nivel de gestión, desde su direccionamiento estratégico, su cultura y sus acciones en los temas relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial.



Esta es una gran oportunidad para que todas las organizaciones participen en el Premio Nacional de Responsabilidad Social Empresarial, pues los criterios de evaluación permitirán, entre otras acciones identificar fortalezas y aspectos de reflexión para la mejora, así como recibir una realimentación sobre su gestión.

Además, los ganadores podrán acceder al reconocimiento público como una organización con una gestión socialmente responsable, avalada de manera técnica, seria e independiente por parte de La Cámara de Comercio Colombo Británica y la Corporación Calidad.

El premio está orientado a las organizaciones legalmente constituidas, de todo tipo, tamaño y región, tanto pública como privada en Colombia.

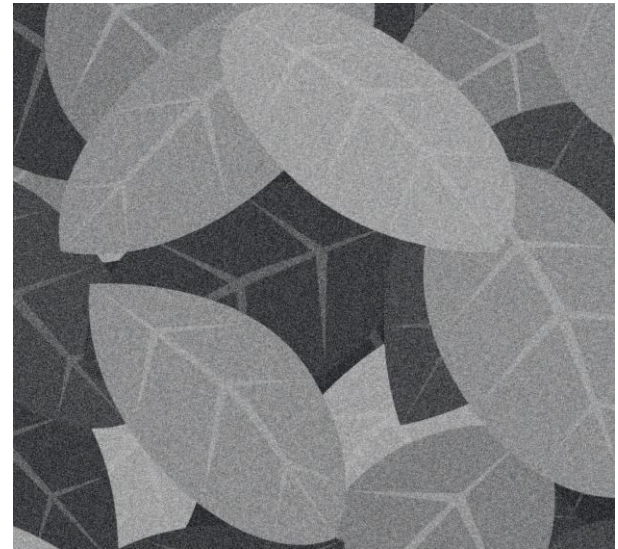
“Los ganadores serán reconocidos públicamente al más alto nivel, como una organización con una gestión socialmente responsable, avalada de manera técnica, seria e independiente”.

B. Propósitos

- Reconocer a las organizaciones, instituciones y empresas del país que de manera voluntaria contribuyen al desarrollo sostenible, con impactos positivos en los ámbitos económico, social y ambiental.
- Fomentar acciones, iniciativas y buenas prácticas en las organizaciones Colombianas, que siendo socialmente exitosas y económicamente sanas, contribuyen al cumplimiento de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS).
- Proporcionar un modelo de alta exigencia, que sirva de referente para las organizaciones que identifiquen la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial como una dinámica estratégica para su sostenibilidad.

C. Alcance

- Es un premio anual de carácter nacional.
- Está dirigido a todo tipo de organizaciones, cuya participación es voluntaria.
- El Premio Nacional de Responsabilidad Social Empresarial, **PNRSE**, se orienta a evaluar integralmente el sistema de Responsabilidad Social Empresarial de la organización.
- Se otorga a las organizaciones que presenten altos niveles de desarrollo frente al **Modelo de Excelencia para la Responsabilidad Social Empresarial, MERSE**, que sirve de referente conceptual para el premio.
- Su aplicación tiene un propósito estratégico para organizaciones, consultores, académicos, comunicadores y ciudadanos en general.
- Es una iniciativa para construir comportamientos y conductas ciudadanos y cultura organizacional de gestión socialmente responsable.
- Moviliza a voluntarios en la construcción de una red de evaluadores, como parte del tejido social, que actúan principalmente en la etapa de evaluación de las organizaciones participantes.
- Abre posibilidades a nuevas y diferentes aplicaciones para el modelo; por ejemplo, difusión, formación, diagnóstico, investigación o consultoría.



D. Beneficios para las Organizaciones

- Las organizaciones que se postulan realizan un proceso de reflexión y aprendizaje, que sirve para impulsar internamente acciones de mejoramiento e innovación.
- Cada organización participante recibe un informe de realimentación por parte de evaluadores y jurados, donde se plantean fortalezas y aspectos de reflexión para la mejora.
- Las organizaciones merecedoras del **PNRSE** obtendrán reconocimiento al más alto nivel nacional, como ejemplo de gestión integral de Responsabilidad Social Empresarial.
- Los ganadores pueden utilizar la imagen del **PNRSE** en sus campañas publicitarias o de comunicación externa e interna. Esta imagen podrá ser expuesta durante un tiempo máximo de tres años; debe ser de tipo institucional y mencionar el año en el cual se recibió la mención.

E. Modelo del Premio

El **Modelo de Excelencia para la Responsabilidad Social Empresarial (MERSE)**, que da soporte conceptual a este premio, ofrece una representación de las dinámicas que se pueden identificar en una organización que realice una gestión integral y sistémica de la Responsabilidad Social Empresarial.

El **MERSE** considera, en primer lugar, una plataforma que alude al contexto particular en el cual la organización se desenvuelve (su entorno, relaciones y retos) y que moldean su realidad y manera característica de operar.

El **MERSE** detalla siete aspectos de evaluación, que se clasifican en dos grupos:

- a) El primero incluye los seis (6) vectores (componentes) de la Responsabilidad Social Empresarial de la organización.
- b) El segundo grupo corresponde a los resultados e impactos generados por la organización. Por una parte, la contribución voluntaria de la organización al desarrollo social, económico y ambiental.

Modelo de Excelencia para la Responsabilidad Social Empresarial, MERSE



F. Criterios de Evaluación

1. GOBIERNO CORPORATIVO (150 puntos)

Este criterio examina como el conjunto de normas, prácticas, principios éticos y elementos de cultura empresarial, permiten relaciones armónicas, ecuánimes y transparentes entre los diferentes públicos que están interesados en la existencia y accionar de las empresas como lo son sus asociados, directores y administradores, empleados, clientes, proveedores, las autoridades y la comunidad en general



a) **Liderazgo Responsable** (30 puntos)

- Describa la participación de la alta dirección en la estructuración y puesta en marcha de la estrategia y las políticas de RSE.

b) **Ética y Transparencia Empresarial** (30 puntos)

- Cuáles son los principios y las normas que regulan la transparencia y el comportamiento ético de los colaboradores a todo nivel y la forma como estos se compilan en directrices y políticas organizacionales.

c) **Estructura** (30 puntos)

- Cuáles son los recursos, procesos, responsabilidades, y roles en los cuales se sustenta el sistema de RSE.

d) **Prácticas justas** (30 puntos)

- Cuáles son las normas y políticas en los cuales se sustentan las relaciones con sus proveedores y con la competencia donde se asuma el compromiso con la RSE

e) **Involucramiento** (30 puntos)

- Cuáles son los mecanismos formales y permanentes de comunicación, en doble vía, con entes gubernamentales y la comunidad adyacente

2. MEDIO AMBIENTE (150 puntos)

Este criterio examina como la organización ha manejo del entorno en el cual la organización y su recurso humano se interrelaciona para desarrollar sus productos y servicios entendiendo el impacto positivo o negativo en el agua, suelo, clima, atmósfera y seres vivos que se deriva de su actividad económica y cultura procurando mantener y mejorar la calidad de vida para las generaciones presentes y futuras.

a) **Procesos Integrados** (30 puntos)

- Cuál es la protección preventiva del medio ambiente en los diversos procesos tecnológicos.
- Como realiza la eliminación o reducción de sustancias contaminantes hasta la gestión respetuosa y económica de recursos materiales y energéticos

b) **Gestión Medio Ambiental** (30 puntos)

- Cuáles son las decisiones y acciones que debidamente organizadas y relacionadas permiten lograr el cumplimiento de los objetivos que mejoren el medio ambiente.
- Cuáles son los esfuerzos que como individuos y comunidad, realiza para conservar y hacer uso sostenible del medio ambiente a la vez que se mejoran las condiciones de vida

c) **Eficiencia Energética** (30 puntos)

- acciones que permiten obtener los productos y servicios con el mínimo de energía requerida mediante la aplicación de tecnologías y adecuados hábitos culturales.



d) **Cambio Climático** (30 puntos)

- Cuáles son las actividades para evitar el calentamiento global del planeta derivado de la actividad de las empresas.

e) **Conciencia Ambiental** (30 puntos)

Explique la forma como se sensibiliza al personal hacia la producción de bienes o servicios minimizando el impacto ambiental, creando un contrato psicológico colaborador – medio ambiente.

3. Mercadeo Responsable (150 Puntos)

Este criterio examina cuales son las prácticas sanas, que permiten a la organización relacionarse, comunicar y promover productos y servicios entre los diferentes públicos que están interesados en la existencia y accionar de las empresas y sus grupos de interés.



a) Marketing Transparente (50 puntos)

- Cuáles son las acciones con las cuales la empresa informa a sus clientes y usuarios sobre los productos y servicios, sus condiciones de uso y las restricciones de los mismos

b) Consumo Responsable (50 puntos)

- Cuáles son las acciones que se encaminan para que los productos y servicios de la empresa sean beneficiosos a la comunidad y al medio ambiente.

c) Protección y Privacidad (50 puntos)

- Como garantiza que la información suministrada por clientes y usuarios será utilizada para cumplir la promesa de servicio pactada

4. Derechos Humanos (140 Puntos)

Este criterio examina todas aquellas prácticas sanas, que permiten a la organización relacionarse, comunicar y promover productos y servicios entre los diferentes públicos que están interesados en la existencia y accionar de las empresas y sus grupos de interés



a) Derechos Humanos (Acoso Laboral): (35 puntos)

- Cuáles son las acciones que está implementando la empresa para evitar las conductas persistentes y demostrables, ejercidas sobre un trabajador, encaminadas a infundir miedo, intimidación, terror y angustia, o causar perjuicio laboral,

b) Relaciones Laborales (35 puntos)

- Qué tipo de relaciones laborales existen entre los colaboradores y la empresa y las mismas muestran la libertad existente para ambas partes.

c) Condiciones laborales (35 puntos)

- como se está garantizando la seguridad, salud y calidad de vida del empleado.

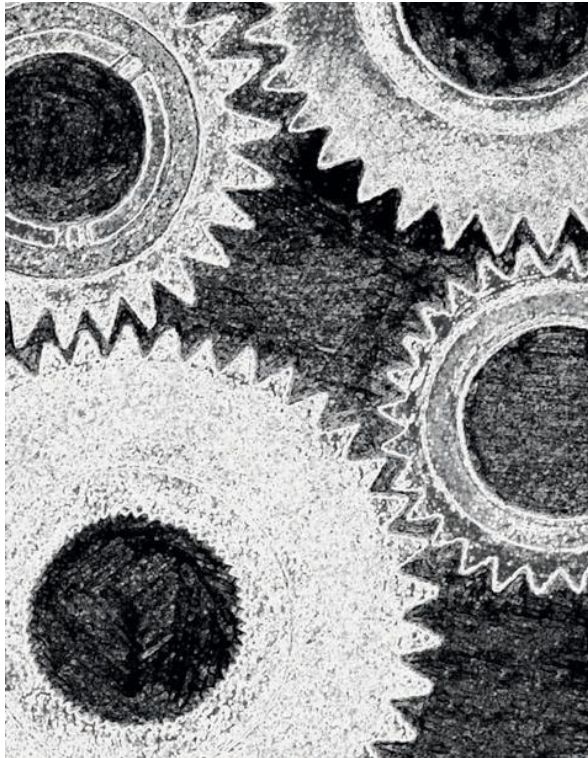
d) Educación y Cultura (35 puntos)

- Como se transmiten los conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar, dentro de la empresa

5. Desarrollo Interno (140 Puntos)

Este criterio examina

- a) Relaciones Laborales:** (30 puntos)
- Como se garantizan los derechos de los colaboradores, sin que puedan verse afectados o desmejorados en sus condiciones laborales, que fortalezca el compromiso con los temas de RSE.



- b) Condiciones laborales:** (50 puntos)
- La organización tiene implementado y funcionando un SGSST para identificar las condiciones laborales que podrían incrementar o decrementar las condiciones de salud de los colaboradores y los riesgos para la seguridad y salud de los colaboradores en cualquiera que sea su desempeño y la categoría profesional que tengan.
- c) Desarrollo y Capacitación:** (30 puntos)
- Cuales programas de desarrollo y capacitación en los temas de RSE tiene la empresa
- d) Transferencia de RSE:** (30 puntos)
- Internamente como comunica, orienta y divulga las actuaciones referentes al tema de RSE que la organización adelanta o encamina para hacer su contribución a la sociedad y a los diferentes grupos de interés.

6. Desarrollo Externo (150 Puntos)

- a) Desarrollo Proveedores:** (30 puntos)
- Como se comprometen contractualmente y emocionalmente los proveedores de todo tipo de bienes y servicios con acciones voluntarias que superan la regulación y que contribuyen al desarrollo sostenible.
- b) Desarrollo Tecnológico:** (30 puntos)
- Como se busca adoptar mejores prácticas tecnológicas, que permitirán optimizar las condiciones laborales y del tiempo.
- c) Educación y Cultura:** (30 puntos)
- Como mejora las habilidades de los proveedores y grupos de interés relacionado con la RSE.
- d) Desarrollo Social:** (30 puntos)
- Como la organización de manera voluntaria contribuye a resolver dificultades o necesidades actuales o potenciales de la comunidad dentro o fuera de su radio de acción para el mejoramiento de la calidad de vida.
- e) Información, comunicación y participación:** (30 puntos)
- Externamente como comunica, orienta, divulga y propicia las condiciones de participación de los públicos de interés y las actuaciones referentes al tema de RSE que la organización adelanta.



7. Resultados e Impactos (120 Puntos)

Este criterio examina los impactos de la organización, su evolución, tendencia y la manera como estos resultados contribuyen a la creación de valor

- a) Gobierno Corporativo** (20 puntos)
- Cuáles son los impactos y la tendencia de los mismos en lo que tiene que ver con el valor de gobierno corporativo.
- b) Medio Ambiente** (20 puntos)
- Cuáles son los impactos y la tendencia de los mismos en lo que tiene que ver con el valor del Medio Ambiente.
- c) Mercadeo Responsable** (20 puntos)
- Cuáles son los impactos y la tendencia de los mismos en lo que tiene que ver con el valor del Medio Ambiente.
- d) Derechos Humanos** (20 puntos)
- Cuáles son los impactos y la tendencia de los mismos en lo que tiene que ver con el valor de los Derechos Humanos.
- e) Desarrollo Interno** (20 puntos)
- Cuáles son los impactos y la tendencia de los mismos en lo que tiene que ver con el valor del Desarrollo Interno.
- f) Desarrollo Externo** (20 puntos)
- Cuáles son los impactos y la tendencia de los mismos en lo que tiene que ver con el valor del Desarrollo Externo.

G. Proceso y Cronograma del Premio 2024

Responsables	Promotores	Evaluadores	Participantes	Jurados
Fechas				
Marzo-junio	Convocatoria y difusión del premio			
Mayo-junio	Orientación a organizaciones y formación de evaluadores			
Julio-agosto			Elaboración del informe ejecutivo de postulación	
Hasta el 15 de julio			Inscripciones	
30 de agosto			Entrega del informe ejecutivo de postulación	
Septiembre-octubre		Estudio de informes de postulación		
Octubre		Visitas de campo		
Noviembre				Selección para presentación ante el jurado
Noviembre			Presentación ante el jurado y selección de ganadores	
Noviembre	Entrega del premio			
Diciembre	Retroalimentación a organizaciones participantes			

1. Orientación a organizaciones y formación de evaluadores

Esta etapa tiene como objeto presentar los fundamentos y los criterios del premio, estudiar el modelo que le da soporte conceptual y practicar aspectos metodológicos del proceso de evaluación.

Es una actividad abierta que de manera agendada, asisten tanto personas de las organizaciones interesadas en postularse como profesionales a quienes les interesa mejorar sus competencias para la evaluación integral de organizaciones en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial, en donde reciben orientación detallada respecto al premio y sus criterios.

La composición y conformación del grupo de evaluadores del Premio Nacional de Responsabilidad Social Empresarial **PNRSE**, se realiza con base en criterios de especialización y experiencia, más el desempeño técnico mostrado durante la formación orientada por la Corporación Calidad.

Los evaluadores firman un Código Ético, en el que se estipula el compromiso de confidencialidad, la manifestación de conflictos de interés y la aplicación uniforme de los criterios del premio y del sistema de calificación establecidos.

2. Elaboración del informe ejecutivo de postulación

Los integrantes de la alta dirección de las organizaciones interesadas en participar son los responsables de elaborar el informe de postulación, que es insumo clave en el proceso de evaluación.

Adelante, en esta misma guía, se presentan detalles sobre la elaboración de este documento.

3. Inscripción

Hasta el 15 de julio, las empresas interesadas deben:

» Diligenciar y presentar el formulario de inscripción, que aparece al final de esta guía.

» Anexar certificado de constitución y representación legal, con una vigencia no mayor de tres meses.

» Incluir copia de la consignación por derechos de postulación, realizada en la CUENTA CORRIENTE No 4000394933 BANCOLOMBIA, a nombre de la Corporación Calidad Nit 800.125.846-3, a nombre de Corporación Calidad.

Dirigir la documentación a: Corporación Calidad
Av. El dorado 103-09, Edificio CISA. Entrada 14, Bogotá.
E-mail: reconocimientos@corporacioncalidad.org
Contacto: +57 3229704158

4. Entrega del informe ejecutivo de postulación

Las organizaciones deben presentar sus informes de postulación por medio de un archivo no impreso en PDF al correo reconocimientos@corporacioncalidad.org hasta el 30 de agosto del 2024.

Dirigir la documentación a: Corporación Calidad
Av. El dorado 103-09, Edificio CISA. Entrada 14, Bogotá.
E-mail: reconocimientos@corporacioncalidad.org
Contacto: +57 3229704158

El informe de postulación es muy importante, porque se constituye en un elemento de amplia contextualización para los evaluadores y es guía para los jurados.

5. Estudio de los informes ejecutivos de postulación

El grupo de evaluadores asignados a cada organización postulante hace una lectura cuidadosa de los informes ejecutivos de postulación presentados. Realiza una primera valoración cuantitativa y cualitativa del informe, de acuerdo con los criterios establecidos para cada componente del modelo, y finalmente prepara la visita de campo de la organización.

Los evaluadores son profesionales o académicos que reciben un entrenamiento específico y un acompañamiento técnico, para asegurar la interpretación uniforme de los elementos del MERSE y del sistema de evaluación

6. Visitas de campo

Después de realizar el análisis cuantitativo y cualitativo del informe, todas las organizaciones inscritas al premio reciben la visita de algunos evaluadores, para examinar con detalle el enfoque de gestión de Responsabilidad Social Empresarial, la implementación del mismo y los resultados obtenidos. La organización, durante esta jornada, presentará al equipo de visita su Sistema de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial, teniendo en cuenta los criterios del modelo.

El equipo de evaluadores indagará con todos los involucrados acerca de los puntos en los que quiera poner énfasis.

Basados en las observaciones, los evaluadores elaboran un informe definitivo sobre el sistema de la organización, para ser presentado a los miembros del jurado.

Las fechas exactas de las visitas de campo a cada organización serán informadas y realizadas en el mes de Octubre 2022 octubre.

7. Selección de organizaciones para presentación ante el jurado

Partiendo de los informes cuantitativos y cualitativos presentados por los evaluadores, después de las visitas de campo, el jurado en una primera reunión, selecciona a las organizaciones que hayan mostrado un mayor grado de madurez en su sistema de gestión de Responsabilidad Social Empresarial, en los diferentes aspectos planteados por el modelo de excelencia. Estas organizaciones continúan el proceso y el primer directivo de la organización con su equipo de trabajo deben realizar una presentación ante el jurado

Las organizaciones seleccionadas para esta presentación serán notificadas al menos con una semana de anticipación, de acuerdo con el cronograma establecido. Los costos de traslado y hospedaje a los que haya lugar serán asumidos por las organizaciones.

El jurado del Premio Nacional de Responsabilidad Social y Sostenibilidad está conformado por personalidades reconocidas por su aporte, conocimiento, liderazgo o experiencia en iniciativas de desarrollo sostenible. La conformación del jurado se realiza mediante invitación directa. Estas personas no están vinculadas a ninguna de las organizaciones promotoras ni a las postulantes

8. Selección de Ganadores

Una vez realizada la presentación de cada organización ante el jurado, este delibera y hace un análisis integral sobre la gestión que realiza. Finalmente, el conjunto de jurados toma una decisión sobre las organizaciones merecedoras del Premio Nacional de Responsabilidad Social Empresarial.

Este premio tendrá una vigencia de tres años y los ganadores no podrán postularse nuevamente en ese lapso.

9. Entrega del Premio

Los ganadores se darán a conocer en ceremonia especial, en la que estarán invitados representantes de los sectores público, privado, académico y diplomático.

El premio genera reconocimiento público, tanto a las organizaciones ganadoras como a las nominadas. Es posible declarar varios ganadores dentro de una misma categoría, así como que se puede declarar desierto.

Los ganadores pueden utilizar la imagen del Premio Nacional de Responsabilidad Social y Sostenibilidad en sus campañas publicitarias o de comunicación externa e interna.

10. Retroalimentación

Todos los postulantes reciben, por parte de la Corporación Calidad como organizadores del premio, un informe escrito de realimentación.

Dicho informe es el aporte más valioso que se brinda a los participantes, dado que en él se consignan las fortalezas y aspectos de reflexión para mejora detectadas al sistema de gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. Este informe puede ser utilizado como referente para orientar a la organización en su camino de mejoramiento e innovación.



H. Guía para la Elaboración del Informe de Postulación

Para comenzar, se debe indicar que toda la información que las organizaciones postulantes entregan en el proceso del Premio Nacional de Responsabilidad Social Empresarial es de carácter confidencial, lo cual significa que sin su autorización expresa, ninguna información será divulgada, salvo a las instancias creadas para el desarrollo de este premio (evaluadores, coordinadores y jurados).

En el desarrollo del informe de postulación no se requiere la entrega de información que la organización considere reservada.

Las organizaciones interesadas en postularse al Premio Nacional de Responsabilidad Social Empresarial **PNRSE** deben preparar y entregar un informe escrito, que contenga:

- ❖ Carátula (1 página).
- ❖ Contenidos (1 página).
- ❖ Perfil de la organización (Máximo 3 páginas).
- ❖ Descripción de la gestión que realiza en torno a la Responsabilidad Social Empresarial la sostenibilidad según el referencial (50 páginas máximo, incluyendo glosario de términos o abreviaciones y otros anexos).

El perfil de la organización alude a algunos aspectos que permiten a evaluadores y jurados comprenderla rápida y adecuadamente; de manera breve, incluya:

- ❖ **Presentación de la organización, sus productos y servicios:** descripción de la organización y del sector en el que se desempeña. Considere diversos aspectos, como su historia, ideas rectoras, líneas de productos o servicios, principales mercados.
- ❖ **Pensamiento organizacional:** presentación de la filosofía, ideología o finalidad superior, que la organización declara como el fundamento o sentido dominante de sus acciones.
- ❖ **Grupos de interés y oferta de valor:** planteamiento y explicación breve de la propuesta de diferenciación estratégica que la organización propone, y los grupos sociales a quienes considera que está orientada dicha propuesta de valor.
- ❖ **Entorno, relaciones y retos:** una mirada, desde la organización, del contexto en el que se desempeña. Es una descripción de las condiciones externas que rodean e influyen la operación de la organización, con las conexiones o enlaces que allí ha desarrollado y los principales desafíos que se le plantean.

La descripción de la gestión se realiza de acuerdo con los elementos contenidos en el **MERSE**, es decir, los seis vectores de la Responsabilidad Social Empresarial, más los resultados e impactos generados. Es importante que se siga el orden propuesto, que se incluyan e identifiquen todos los aspectos y que se incorpore la mayor cantidad de información posible de cada uno. El objetivo es que evaluadores y jurados tengan una imagen completa y clara de los componentes y la dinámica que desarrolla la organización en cada aspecto. Durante la visita de campo se tiene la oportunidad de ampliar o detallar cada criterio.

La presentación del documento se realiza en hojas tamaño carta, letra estilo arial de 10 a 12 puntos, espaciado sencillo y a una sola columna.

Se debe utilizar la misma secuencia de capítulos y subcapítulos planteada en el modelo de excelencia de esta cartilla guía.

I. Marco General de Evaluación

La metodología de evaluación que utiliza el premio busca identificar el nivel de gestión de la Responsabilidad Social Empresarial desarrollado por cada organización participante.

Las organizaciones que participan son evaluadas de manera global y por cada capítulo del **MERSE**, considerando tres dimensiones: enfoque, implementación y resultados. Estos tres aspectos permiten valorar la madurez de la institución en sus distintos sistemas y procesos, y establecer la consistencia y armonía de la gestión.

El **enfoque** se refiere a la concepción, ideología y directrices que orientan a la organización y los modelos utilizados para lograr el propósito establecido en cada tema o factor que se evalúa; Se tiene en cuenta que sea adecuado, proactivo e innovador.

La **implementación** se refiere a la forma como se lleva a la cotidianidad el enfoque planteado, así como su alcance y extensión dentro de la organización. Se analizan los ciclos de mantenimiento, mejora e innovación aplicados a los métodos, herramientas o prácticas que utiliza la organización.

Los **resultados** se refieren a los logros obtenidos gracias a la aplicación del enfoque.

Se evalúan los niveles de desempeño de los procesos, en función de la realidad organizacional, las tendencias a través de los años y la relación de causalidad con respecto al enfoque y la implementación. Incluyen información cuantitativa y cualitativa.

Aplicando la metodología de evaluación descrita, se busca determinar la integralidad y consistencia de la gestión y la forma como los sistemas y procesos son gerenciados para incidir directamente en los resultados esperados y alcanzados.

J. Recomendaciones Generales

- ❖ Es conveniente estudiar y analizar integralmente la guía para postulantes, especialmente el modelo de excelencia, para establecer adecuadamente el alcance de cada uno de los aspectos que se evalúan.
- ❖ Es una buena práctica distribuir la labor de preparar el informe de postulación entre las personas más conocedoras de cada tema. Ellas deben conocer de manera integral los objetivos del premio y el enfoque que la empresa está dándole a su propia postulación.
- ❖ Es recomendable que se elabore un primer borrador del informe, con el fin de asignar a un equipo de alta dirección la responsabilidad de la edición final. Es importante la coherencia de su contenido, sin sobrepasar la extensión total permitida.
- ❖ El documento final debe estar redactado en forma precisa y clara, respondiendo a cada aspecto del modelo. El objetivo es reducir al máximo las interpretaciones personales.
- ❖ Es importante procurar la participación de todos los niveles de la organización.
- ❖ Tener en cuenta las tres dimensiones de evaluación (enfoque, implementación y resultados), ya que si son explícitas y claras, el diagnóstico se facilita. En este sentido, tenga en cuenta:
 - Muestre que las actividades son sistémicas.
 - Considere la consistencia entre las tres dimensiones de evaluación.
 - Responda a todos los aspectos del modelo.
 - En caso de que considere que se está haciendo el mismo requerimiento de información en más de un ítem, es apropiado indicar el lugar donde se encuentra esta información, en lugar de repetirla.
 - Utilice gráficas, modelos o tablas con una breve explicación. Esto evita descripciones largas e imprecisas.

K. Categorías y Valores de Postulación

- Podrán postularse al PNRSE todas las organizaciones legalmente constituidas en Colombia, excepto las que hayan sido ganadoras en los últimos tres años. Las categorías establecidas son:
 - Organizaciones del Sector Privado
 - Organizaciones del Sector Público
 - Organizaciones del Sector Social y Solidario
 - Asociaciones
- La inversión que se realizará en la inscripción, por parte de cada organización, se establece en la siguiente tabla:

Inversión para la inscripción*

Tamaño de la organización	Activos	Número de trabajadores	Inversión
Muy grande y Pública	Mayor de 100.001 SMMLV	Mayor de 500	20 SMMLV
Grande y sectorial	Entre 30.001 y 100.000 SMMLV	201-500	18 SMMLV
Mediana	Entre 5.001 y 30.000 SMMLV	51-200	14 SMMLV
Pequeña- Micro	Hasta 5.000 SMMLV	Hasta 50	8 SMMLV

*Para la clasificación de aquellas organizaciones que presenten combinaciones de parámetros de número de trabajadores y activos diferentes a los anteriores, el factor determinante será el que la ubique en la categoría superior.

L. Compromisos de las Organizaciones Ganadoras

- Siendo uno de los objetivos del premio el destacar las acciones, iniciativas y buenas prácticas de gestión de Responsabilidad Social Empresarial, las organizaciones ganadoras adquieren el compromiso de compartir sus experiencias y resultados, para el aprendizaje de otras organizaciones.
- Recibir el Premio Nacional de Responsabilidad Social Empresarial constituye un honor y un compromiso. Ser ganadora implica servir de ejemplo; por lo tanto, se espera que su comportamiento siga siendo consistente con dicha distinción. Las organizaciones ganadoras se convierten en promotoras de la excelencia en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial.
- Los ganadores pueden utilizar la imagen del Premio Nacional de Responsabilidad Social Empresarial en sus campañas publicitarias o de comunicación externa e interna. Esta imagen podrá ser expuesta durante un tiempo máximo de cuatro años, debe ser de tipo institucional y mencionar el año en el cual se recibió la mención.



M. Promotores del Premio



Corporación Calidad

La Corporación Calidad es una organización mixta, autónoma y sin ánimo de lucro, creada en 1991 por la Presidencia de la República, Colciencias, el Instituto de Fomento Industrial y un conjunto de entidades gremiales, instituciones académicas y empresas nacionales de alto prestigio.

Su conocimiento se plasma en modelos de excelencia y metodologías de gestión que permiten a las organizaciones desarrollar sistemas y prácticas para alcanzar resultados de clase mundial. Opera diversos reconocimientos, entre ellos el Premio Nacional a la Excelencia y la Innovación en Gestión.

REDIBEX

Red Iberoamericana para la excelencia en la Gestión.

Organización de los representantes de las ONAS (Organizaciones Nacionales Acreditadas) * que integra los países de Iberoamérica a través del SEGIB. (secretaria de jefes de estado Iberoamericanos) y que comparten las experiencias exitosas en gestión para el desarrollo de los modelos nacionales de excelencia de cada país.

- En Colombia: Corporación Calidad.

N. Glosario

Aprendizaje Organizacional. Es el proceso cíclico de adaptarse y de anticiparse a los cambios permanentes que ocurren en el entorno, para asegurar el incremento de la capacidad de acción efectiva. // Es el proceso mediante el cual el conocimiento adquirido permite cambiar la forma de interpretar el mundo. // Es el proceso mediante el cual las organizaciones transforman la información en conocimiento, lo difunden y explotan, con el fin de incrementar su capacidad innovadora y competitiva.

Asociatividad. Mecanismos de acción conjunta y cooperación entre organizaciones que contribuyen a que ellas mejoren su productividad, competitividad y sostenibilidad.

Brecha Diferencia en el desempeño de una actividad en particular o sobre otras organizaciones, detectada a través de la comparación entre el resultado actual y un estándar, meta o situación ideal establecida.

Competencias. Actuaciones integrales para identificar, interpretar, argumentar y resolver problemas. // Capacidades para poner en operación diferentes conocimientos, habilidades y valores de manera integral en las diferentes interacciones personales u organizacionales.

Competitividad. Hace referencia a la capacidad de las organizaciones de tener y desarrollar una oferta para sus mercados actuales y potenciales, que sea atractiva, diferenciada con respecto a su competencia y cuyo retorno a la inversión es superior. Es un concepto asociado al desempeño de la organización (ejecución) y a los logros obtenidos en el pasado y hasta el presente.

Conocimiento. Es un activo estratégico de las organizaciones, que otorga capacidad para crear valor.

Cultura Organizacional. Conjunto de creencias, costumbres, ritos, comportamientos, prácticas, lenguaje, símbolos, valores y principios comunes a los integrantes de una organización. Representa la forma de ser de una organización y es única para cada una.

Desempeño. Resultados obtenidos de procesos y de productos que permiten ser evaluados y comparados en relación con las metas, los estándares, los resultados históricos y otros procesos y productos.

Despliegue. Proceso mediante el cual la organización hace que los objetivos, indicadores, metas y estrategias definidas sean conocidos y apropiados en los diferentes procesos y niveles de la misma.

Enfoque: Se refiere a la concepción, filosofía o directrices superiores que orientan a la organización, y del cual se pueden desprender modelos para lograr los propósitos establecidos en cada tema o factor que se va a gestionar.

Estrategia. Formulación de una acción necesaria para asegurar los propósitos de la organización. Es la forma como traza el camino que se debe seguir para garantizar su supervivencia en el tiempo.

Estructura Organizacional. Forma como la organización establece interrelaciones y responsabilidades operacionales y administrativas entre los individuos y grupos de trabajo, en relación con los niveles, procesos y sistemas que se han diseñado para facilitar el cumplimiento de los propósitos estratégicos.

Evaluación. Es el proceso de comparación y análisis de los resultados esperados con los obtenidos, y la identificación de las causas de desvío entre unos y otros para definir acciones de mejoramiento.

Excelencia. Es el modo sobresaliente de gestionar la organización y obtener resultados destacados.

Gestión. Es el arte de descubrir y cerrar brechas, a través de procesos continuos de innovación y mejoramiento.

Grupos Sociales Objetivo. Son los sectores sociales o grupos de personas hacia los que la organización focaliza sus esfuerzos y pretende atender o tener en cuenta de forma destacada.

Impacto Ambiental. Es cualquier cambio físico, químico o biológico en el medioambiente, resultante de las actividades, productos y/o servicios de una organización, y que afecta la dinámica de un ecosistema y las condiciones de vida humana, con repercusiones en el presente o futuro. Esta afectación puede ser de manera directa o indirecta, adversa o beneficiosa, total o parcial.

Implementación. Se refiere a la forma como se lleva a la práctica cotidiana el enfoque, así como su alcance y extensión dentro de la organización. Se analiza su incorporación en las diferentes áreas y procesos.

Información. Conjunto de datos significativos y pertinentes, que dejan conocer el desempeño del sistema organizacional. La información permite resolver problemas y tomar decisiones.

Innovación. Proceso de aprendizaje organizacional orientado a la obtención de nuevos mercados, productos, servicios y/o procesos, o de mejoras sustancialmente significativas de los ya existentes. Implica la transformación de estructuras de pensamiento o enfoques de gestión aplicados.

Mejoramiento. Proceso de aprendizaje organizacional, en el cual se aplican técnicas, tecnologías o estrategias para optimizar el desempeño de productos, servicios y/o procesos.

Modelo de Excelencia. Representación gráfica de ciertas dinámicas organizacionales, que sirve como referencia para estructurar e interrelacionar sus procesos y que se utiliza en la evaluación de la gestión.

Organización. Compañía, corporación, firma, organismo, institución, empresa o combinación de estas; sociedad anónima, limitada o con otra forma estatutaria, con funciones y estructuras administrativas propias y autónomas, en el sector público o privado, con ánimo de lucro o sin él; de dimensión pequeña, mediana o grande; de actividad industrial, comercial o de servicios.

Principio. Precepto, verdad o idea que sirve de máxima orientadora de conducta. // Fórmula aceptada por su aplicación general.

Proceso. Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, que implica un flujo, a lo largo del cual se agrega valor y que, en consecuencia, transforma unos elementos de entrada y genera unos de salida.

Referenciación (Benchmarking). Es un proceso de evaluación y aprendizaje continuo y sistemático, mediante el cual se analizan y comparan permanentemente las filosofías, las estrategias, las prácticas, los procesos y los productos de las organizaciones que son reconocidas como exitosas,

con el fin de generar unas nuevas en la organización para mejorar su desempeño.

Responsabilidad Social. Conjunto de planteamientos o decisiones respecto a contribuir al desarrollo integral o bienestar de determinadas personas o grupos sociales

Resultados. Se refieren a los logros obtenidos gracias a la aplicación del enfoque de gestión.

Sistema. Es un conjunto de elementos que se interrelacionan entre sí y forman un todo, el cual tiene dinámica y, por lo tanto, se transforma.

Sostenibilidad. Condición que garantiza que perduren en el tiempo los objetivos e impactos positivos alcanzados. Se logra cuando la satisfacción de las necesidades presentes no compromete la capacidad para satisfacer las necesidades futuras. Es un término relacionado con enfoque e implementación que aseguren la permanencia y crecimiento de la organización.

Tendencia. Es el comportamiento positivo o negativo de un determinado indicador a lo largo del tiempo. // Es la trayectoria histórica que ha seguido el desempeño de una organización con relación a un indicador específico, en el transcurso del tiempo.

Valor. Es el conjunto de componentes, atributos o características útiles para algún grupo de interés, y que se deben incorporar al diseño de un proceso, productos, servicios o información.

0. Bibliografía

CORPORACIÓN CALIDAD (2010). Empresas Exitosas y Sostenibles. Prácticas de Clase Mundial. Corporación Calidad.

CORPORACIÓN CALIDAD (2011). Premio Nacional a la Excelencia y la Innovación en Gestión. Modelo de clase mundial para la competitividad y la sostenibilidad. Guía para las organizaciones. Corporación Calidad.

CORPORACIÓN CALIDAD (2011). Premio Colombiano a la Calidad de la Gestión 2011. Modelo de Excelencia en la Gestión. Guía para las organizaciones. Corporación Calidad, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Colombia.

DAHLSTRUD, A. (2006). How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. John Wiley & Sons. Published online 9 November 2006 in Wiley InterScience (www.interscience.wiley.com).

Globalreporting.org (2000-2011). RG Sustainability Reporting Guidelines. www.globalreporting.org/resourcelibrary/G3.1-Sustainability-Reporting-Guidelines.pdf

CORPORACIÓN CALIDAD (2021). Premio Nacional a la excelencia en Innovación y Gestión 2022. Modelo de Excelencia en la Gestión. Guía para las organizaciones. Corporación Calidad, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Colombia.

HERNÁNDEZ GARCÍA, D. (s. f.). ISO 26000:2010 - GTC 180:2008 - Indicadores ETHOS 2010. Hacia la convergencia de Herramientas de Gestión Responsable. Universidad de Antioquia. Presentación.

Icontec Internacional (s. f.) Normalización de la Responsabilidad Social. GTC 180. Presentación realizada por Fabio Tobón Londoño.

ROBERTS, S., KEEBLE, J. & BROWN, D. (s. f.). The Business Case for Corporate Citizenship. Arthur D. Little. <http://www.csrwire.com/pdf/Business-Case-for-Corporate-Citizenship.pdf>

YEPES LÓPEZ, G. A. (2006). Caracterización de las prácticas responsables de la empresa: El caso Tech S.A. Universidad Externado de Colombia. Paper aprobado para CLADEA.

YEPES LÓPEZ, G. A. (2010). ¿Quién paga por la RSE? Propuesta metodológica para identificar frente a la teoría de los costos sociales quién asume los costos de las acciones de RSE. Documento para optar al título de Diploma de Estudios Avanzados (DEA) en Ciencias Empresariales

