



POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.

Versión: 02

12/01/2023

AGENCIA HERO CONSULTING & DEVELOPMENT SAS

NT: 900.908.088-0

**POLÍTICA DE SISTEMA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
(HSEQ, RSC, IS)**



NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización



	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

TABLA DE CONTENIDO

- INTRODUCCION
1. TERMINOS Y DEFINICIONES
 2. VENTAJAS DE LA POLITICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)
 3. OBJETIVOS
 4. AMBITO DE APLICACIÓN
 - 4.1 Ámbito Social
 - 4.2 Ámbito Económico
 - 4.3 Ámbito Ambiental
 5. EJES DE ACTUACION
 6. PRINCIPIOS DE ACTUACION
 - 6.1 Gobernabilidad
 - 6.2 Publico Interno
 - 6.3 Mercadeo Responsable
 - 6.4 Medio Ambiente
 - 6.5 Derechos Humanos
 - 6.6 Comunidad
 - 6.7 Proveedores
 - 6.8 Política Publica

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

INTRODUCCION

La política de Responsabilidad Social en **AGENCIA HERO CONSULTING & DEVELOPMENT S.A.S.**, en adelante “**AGENCIA HERO**”, debe ser un modelo sostenible a largo plazo, con una visión integral de la sociedad, creando una interrelación entre las partes interesadas (stakeholders) con el valor social, económico, ambiental y operacional, siempre buscando el mejoramiento del clima organizacional, el incremento del valor de **AGENCIA HERO**, el mejoramiento en la comunicación interna y externa, el compromiso con los derechos humanos, el cuidado del medio ambiente y la confiabilidad y respaldo de los mercados, llevando esto a mejoras en la calidad de vida de las personas y la permanencia de **AGENCIA HERO** en el mercado.

AGENCIA HERO es una agencia que tiene como objeto social la realización de todas las actividades de agenciamiento publicitario, del diseño industrial y publicitario, el desarrollo y creatividad artística industrial y publicitaria, la intermediación en todo el mercado publicitario a nivel nacional e internacional. La ejecución del objeto social de la sociedad comprende, además, la organización y ejecución de eventos Corporativa es, la compra, venta, distribución, comercialización de todo objeto de cualquier género o especie cuyos fines y destinos sean para la realización de publicidad, mercadeo, asistencia completa, tanto en materia de investigación, estrategias de mercadeo, creatividad, plan de medios, producción, funciones de agencia en línea (online) vía internet, a objeto de conseguir posicionamiento. Elaboración y/o ejecución de estrategias de mercadeo de productos, marcas o servicios, prestar servicios de asesoría orientada al mercado interno y externo, así como también toda clase de actividades relacionadas con la publicidad, promoción, áreas afines y la realización de cualquier actividad de negocios jurídicos lícitos.

Una adecuada política de Responsabilidad Social Corporativa le permite a **AGENCIA HERO** maximizar los beneficios que ya obtiene de su entorno e inclusive lograr más, por medio del reconocimiento de una responsabilidad compartida en el lugar donde opera.

Un negocio sostenible para las organizaciones significa, no solo es el suministro de productos y servicios que satisfagan al cliente, es hacerlo sin poner en peligro el medio ambiente, es cumplir el pacto Mundial de Derechos Humanos y es funcionar de una manera socialmente responsable

Con el presente documento **AGENCIA HERO** pretende establecer los principios básicos y el marco general de actuación para la gestión de prácticas de Responsabilidad Social Corporativa, enfocado principalmente en el medio ambiente y el cumplimiento del pacto de Mundial sobre los Derechos Humanos (Anexo 1), tanto interno, como con sus clientes, proveedores y empleados,

Para la elaboración de esta política se tomo como base los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Principios universales relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción) y lo consagrado en el Título II, capítulo 1, artículos 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20. “Derechos Fundamentales” de la Constitución Política de Colombia de 1991, Guía Técnica Colombiana – Icontec GTC 180

Su aplicación es válida para todos los colaboradores, clientes, proveedores de **AGENCIA HERO** y sus proyectos asociados de forma que, en la práctica, exista un sello distintivo de principios y directrices dentro de **AGENCIA HERO** que sean coherentes, éticas y beneficiosas para la sociedad.

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

TÉRMINOS Y DEFINICIONES

- 1.1 **Responsabilidad social.** Compromiso voluntario y explícito que las organizaciones asumen frente a las expectativas y acciones concertadas que se generan con las partes interesadas (stakeholders), en materia de desarrollo humano integral; ésta permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ambiental, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales
- 1.2 **Calidad de vida.** La percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas y sus inquietudes.
- 1.3 **Capital social.** Se refiere a las normas y redes que permiten la acción colectiva. Abarca instituciones, relaciones, tradiciones y costumbres que dan forma a las interacciones sociales, a su cantidad y calidad. El capital social es pieza clave para la prosperidad de la actividad económica y para que el desarrollo sea sostenible. Cuando el capital social se fortalece de forma positiva, mejora la efectividad de los proyectos y su sostenibilidad, pues aumenta la capacidad de la comunidad para trabajar en equipo y para abordar sus necesidades, propiciando mayor inclusión y cohesión, y aumentando, en consecuencia, la transparencia y la rendición de cuentas.
- 1.4 **Competitividad.** Capacidad de una organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener sistemáticamente unas ventajas innovadoras y diferenciadoras que le permiten disfrutar y sostener, en el tiempo una posición destacada en el entorno socioeconómico en que actúa.
- 1.5 **Consumidor.** Toda persona, natural o jurídica, que contrate la adquisición, utilización o disfrute de un bien o la prestación de un servicio determinado, para la satisfacción de una o más necesidades. (Decreto Ley 3466 de 1982 conocido como el Estatuto Colombiano del Consumidor, Artículo 1, Literal c).
- 1.6 **Cultura organizacional.** Sistema de valores y creencias que comparten las personas de una misma organización. Identidad y significado colectivo de la organización. Conjunto de principios, valores, presunciones, verdades, normas, costumbres y comportamientos, desarrollados, compartidos y validados por una organización, como respuesta a necesidades de supervivencia y desarrollo, entendida también como la forma de pensar, sentir y actuar de una organización. (Enciclopedia y Biblioteca Virtual de las Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas – EUMED).
- 1.7 **Derechos Humanos.** Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona. Nadie estará sometido a esclavitud ni a servidumbre, la esclavitud y la trata de esclavos están prohibidas en todas sus formas. Nadie será sometido a torturas ni a penas o tratos crueles, inhumanos o degradantes.
- 1.8 **HSEQ:** Sistema Integrado de gestión de la salud, ambiente y Calidad
- 1.9 **CSR:** Responsabilidad Social Corporativa
- 1.10 **IS:** Seguridad de la Información

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

2. VENTAJAS DE LA POLITICA

- 2.1 Ser socialmente responsable, lo cual genera beneficios para el mundo que la rodea y para **AGENCIA HERO**, creando un conjunto de acciones encaminadas a amortiguar los impactos sociales y ambientales que causa **AGENCIA HERO** en el entorno en que opera.
- 2.2 Cumplir con el Pacto Mundial de la ONU relacionados con los derechos Humanos, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas es un llamamiento a las empresas para que incorporen 10 principios universales relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción en sus estrategias y operaciones, así como para que actúen de forma que avancen los objetivos sociales y la implementación de los ODS. Al involucrar a miles de empresas de todos los tamaños y sectores de todo el mundo, estamos trabajando para movilizar un movimiento verdaderamente global de empresas responsables que integran la sostenibilidad en sus estrategias y operaciones principales tanto para el beneficio de la sociedad como para el suyo.
- 2.3 Evolucionar hacia una competitividad duradera en el tiempo. Logrando ganar una mejor reputación y activando las inversiones, con resultados de la gestión de los proyectos de Responsabilidad Social Corporativa.
- 2.4 Conseguir una mejora de la situación Corporativa a nivel económico y financiero notable, siguiendo los pilares de actuación en RSC para la obtención de beneficios económicos, sociales y medioambientales.
- 2.5 Que los trabajadores de **AGENCIA HERO** se sienten motivados con prácticas de gestión socialmente responsables, definidas con claridad. formar parte de organizaciones que respetan al individuo e invierten en su capacidad de aprendizaje.
- 2.6 Fideliza al Cliente, el cual valorará a **AGENCIA HERO** como una empresa que valora a sus empleados, desarrolla proyectos sociales, se preocupan por el medio ambiente e invierten esfuerzos contra la corrupción.
- 2.7 Valoración e Imagen de **AGENCIA HERO**: Las prácticas de responsabilidad social agregan valor a los negocios de AGENCIA HERO, la cual puede valerse de ese potencial diferenciador para sus estrategias de negocios.

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

3. OBJETIVOS

- 3.1 Implementan estrategias para mejorar el entorno ambiental, volvernos en una Empresa Ambientalmente Responsable, no sólo por cumplir normas jurídicas, sino por la conciencia de mejorar las actividades productivas, buscando alternativas tecnológicas donde el impacto ambiental sea reducido a su mínima expresión.
- 3.2 Luchar contra la pobreza y contribución al desarrollo
- 3.3 Incentivar a la probidad (**Moralidad, integridad y honradez en las acciones**) administrativa: Si **AGENCIA HERO** es honesta y transparente se ganará el respeto de la sociedad y sus líderes, generando mayor influencia de **AGENCIA HERO** en la sociedad.
- 3.4 Reforzar el respeto para los Derechos Humanos.
- 3.5 Respeto a las condiciones de competencia
- 3.6 Preservación del Medio Ambiente.
- 3.8 Refuerzo del respeto de los Derechos Fundamentales. Fomentar y diseñar Planes del Buen Compañero, Buen Vecino y Buen Ciudadano, para engrandecer el momento de interrelacionarse con las comunidades establecidas en las áreas de influencia a las operaciones de **AGENCIA HERO**.
- 3.9 Satisfacción del cliente y del empleado. Si su imagen es positiva, **AGENCIA HERO** conseguirá la lealtad del consumidor. Por su parte, un trabajador satisfecho es más productivo y Mejora la comunicación interna y la confianza de los trabajadores.
- 3.10 Promover la motivación y el bienestar de los trabajadores por colaboraciones con proyectos comunitarios.
- 3.11 Contribuir al desarrollo sostenible, a partir del cuidado y respeto por el medio ambiente.
- 3.12 Reducir los costos. Acciones y planes para el reciclaje, para una menor emisión de gases, ahorro de energía, agua, que pueda mejorar nuestro medio ambiente, conllevando igualmente a reducir costos innecesarios,

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

4. ÁMBITOS DE APLICACIÓN

La Responsabilidad Social Corporativa abarca tres ámbitos concretos: social, económico y medioambiental.

El modelo de gestión de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en **AGENCIA HERO** propone que la articulación de las expectativas de los distintos grupos de interés concurrentes en la actividad Corporativa (internos y externos) redunde en una mejor anticipación de los riesgos y, finalmente, en la creación de valor para **AGENCIA HERO**.

La adopción de la filosofía RSC comienza por el acogimiento de políticas formales y sistemas de gestión en los ámbitos económico, social y medioambiental, la transparencia informativa respecto de los resultados alcanzados en tales ámbitos y, finalmente, el escrutinio externo de los resultados.

Los grupos de interés o ámbitos de aplicación de la política de RSC, para construir una relación responsable socialmente que lleve consigo conceptos de planificación, democracia participativa y desarrollo sustentable hacia ellos son:

- ❖ Los consumidores o clientes.
- ❖ Los proveedores
- ❖ Los empleados y colaboradores.
- ❖ El medio ambiente
- ❖ La sociedad o la comunidad incluida la más vulnerable sin acceso a sus mercados.
- ❖ El sector público.
- ❖ Los medios de comunicación.
- ❖ Los mercados financieros.

En resumen, la **Responsabilidad Social Corporativa** abarca de manera general tres **ámbitos** concretos: social, económico y medioambiental y de manera individual los actores internos (gobernabilidad y colaboradores y plano externo (proveedores y clientes)

4.1 Ámbitos sociales

4.1.1. Tipos de responsabilidad social

4.1.1.1 Responsabilidad social individual

Nuestros actos individuales, que llevamos a cabo como madres y padres, hijos e hijas, miembros de una comunidad de vecinos, integrantes de un equipo de trabajo, usuarios de determinados servicios o como consumidores. tienen repercusiones sobre las otras personas y nuestro entorno.

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

4.1.1.2 Responsabilidad social Corporativa

Las actividades productivas y comerciales repercuten sobre el conjunto de la ciudadanía y el entorno de un modo mucho más amplio y profundo que las acciones individuales.

La responsabilidad social Corporativa (RSC), es un aspecto que cada día tienen más en cuenta los clientes y usuarios, conscientes de que la productividad, la reducción de costes y la obtención de beneficios no pueden justificar de modo alguno la explotación, la violación de los derechos fundamentales de las personas o la degradación del medio ambiente

4.1.1.3 Responsabilidad social pública o gubernamental

La responsabilidad social es algo que todos y todas compartimos. Sin embargo, la responsabilidad social pública o gubernamental es aquella que tienen las instituciones y las administraciones encargadas de diseñar y ejecutar políticas públicas. Las acciones de estos organismos, que se concretan en leyes, decretos, regulaciones tienen una gran repercusión, y muy directa, sobre el entorno natural y social de su jurisdicción.

4.2 Ámbitos Económicos

Las buenas prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa tienen claramente un componente económico a largo plazo. Los beneficios económicos no siempre son fáciles de medir y/o identificar con acciones concretas.

4.2.1 Reducir el coste de capital

Las buenas prácticas de responsabilidad social y sostenibilidad están valoradas positivamente por inversores y accionistas porque conllevan una reducción de riesgos, que a su vez es lo que determina el retorno que exigen de **AGENCIA HERO**. Además, los accionistas que también exigen un retorno inferior porque tienen en cuenta los beneficios sociales y medio ambientales de la actividad Corporativa.

4.2.2 Aumentar ingresos

La satisfacción de los clientes es un elemento clave para la competitividad de cualquier empresa. Los clientes, importantes dentro de la cadena de RSC esperan de las empresas que proporcionen productos y servicios de calidad, seguros y que satisfagan sus expectativas, que sus acciones publicitarias, comerciales y contractuales sean responsables, eliminando cualquier tipo de práctica engañosa, que presenten, y si es el caso, un servicio post venta, para admitir, tramitar y registrar sus reclamaciones.

Considerar los impactos sociales, ambientales y económicos de los productos y servicios ofrecidos permite identificar nuevas oportunidades de negocio además de diferenciar dichos productos y servicios con un valor añadido más allá de las tradicionales variables de relación calidad-precio, permitiendo aumentar directamente la competitividad y los ingresos de **AGENCIA HERO**.

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

4.2.3 *Reducir costes*

La responsabilidad social y sostenibilidad Corporativa no cuesta dinero. Para conseguir algunos de los beneficios, se requiere hacer cambios y a veces inversiones adicionales también, pero a la larga, todos reportan un retorno positivo para **AGENCIA HERO**.

La extensión de los compromisos a través de las relaciones comerciales hace referencia a la inclusión, además de los clásicos parámetros de calidad y precio, de parámetros ambientales y sociales en el proceso de homologación de proveedores y subcontratistas haciendo así extensivo el compromiso de RSC de la organización contratante. La gestión responsable de la cadena de suministro, a la larga, reporta beneficios económicos, que a veces pueden ser muy importantes, como:

- 4.2.3.1 Reducción de los riesgos reputacionales y los costes relacionados: Trabajar con empresas proveedoras que no cumplan unos requisitos mínimos en materia de responsabilidad social puede afectar a la reputación de **AGENCIA HERO**, y por extensión a su competitividad.
- 4.2.3.2 Mejora en la calidad de la cadena de proveedores
- 4.2.3.3 Favorece la confianza, la fidelidad y las relaciones duraderas entre los diversos actores.

4.3 **Ámbito Medio Ambiente**

La Responsabilidad Social Ambiental se puede entender como el conjunto de mecanismos de producción más limpia aplicados por las empresas públicas o privadas, para minimizar su impacto al medio ambiente en el espacio donde desarrolla sus actividades, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de los habitantes de los alrededores.

Las compañías prósperas en el mundo del siglo XXI serán las que superen a sus competidores en conceder especial importancia a todos sus grupos de interés, no sólo a clientes, a la sociedad y empleados sino también favoreciendo al mejoramiento de su entorno ambiental, evitando dejar a nuestros descendientes un mundo contaminado y con pocas posibilidades de desarrollo-

La Responsabilidad Social Ambiental se puede entender como el conjunto de mecanismos de producción más limpia aplicados por las empresas públicas o privadas, para minimizar su impacto al medio ambiente en el espacio donde desarrolla sus actividades de producción, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de los habitantes de los alrededores. A pesar de los adelantos logrados en cuanto a la Responsabilidad Social, existen empresas que se resisten a la idea de que uno de los objetivos organizacionales debería ser contribuir al cuidado y protección del medio ambiente relacionado al entorno donde se localizan.

4.4 *Ámbito Interno y Externo de AGENCIA HERO*

4.4.1 *Plano interno:*

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

- 4.4.1.1 Gobernabilidad: Se refiere a todos los principios y fundamentos éticos que crean un marco de transparencia y cumplimiento de la ley para **AGENCIA HERO** y sus colaboradores.
- 4.4.1.2 Colaboradores: Se busca la creación de condiciones óptimas de condiciones laborales basadas en los pilares de Responsabilidad Social Corporativa de **AGENCIA HERO** y sus proyectos.
- 4.4.2 *Plano externo:*
- 4.4.2.1 Proveedores: **AGENCIA HERO** busca que sus proveedores actúen de acuerdo a criterios de ética, respeto y sostenibilidad similares a los exigibles para miembros de **AGENCIA HERO**.
- 4.4.2.2 Medio ambiente: Se refiere al respeto y cuidado del entorno, logrando disminuir el impacto sobre este y maximizando los aspectos positivos para su cuidado y preservación.
- 4.4.2.3 Comunidades: **AGENCIA HERO** buscará una relación beneficiosa entre **AGENCIA HERO** y las comunidades de su área de influencia, contribuyendo al desarrollo y a la rentabilidad de los proyectos.
- 4.4.2.4 El País: **AGENCIA HERO** orientará sus buenas prácticas y acciones para la construcción de un mejor país de acuerdo a los principios democráticos en los que impera un Estado de Derecho en beneficio de todos los colombianos.

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

5. EJES DE ACTUACION

La responsabilidad social Corporativa se centra en la gestión de operaciones en forma sostenible tomando en cuenta aspectos económicos, sociales y ambientales que benefician a **AGENCIA HERO** y al país.

Los ejes en los que **AGENCIA HERO** fomentará su política de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) son:

5.1 *Gobernabilidad*

Se realiza por medio de la dirección de **AGENCIA HERO**; basada en la transparencia, equidad corporativa, rendición de cuentas y aspectos económicos, sociales y ambientales, Garantizando igualmente el cumplimiento de los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

5.2 *Público Interno*

Tener en cuenta el capital humano de **AGENCIA HERO**, al cual se motiva con políticas y prácticas responsables, fomentando condiciones de trabajo favorables que generen productividad y bienestar familiar.

5.3 *Mercadeo Responsable*

Cumplir por medio del desarrollo de una relación de confianza entre **AGENCIA HERO** y sus clientes, basada en la integridad, honestidad y la libre competencia.

5.4 *Medio Ambiente*

Cumplir el compromiso de **AGENCIA HERO** para mantener el equilibrio en sus operaciones y el uso adecuado de los recursos naturales, evitando cualquier impacto negativo al medio ambiente.

5.5 *Comunidad*

Poseer responsabilidad hacia el desarrollo local en materia económica, social y ambiental, que involucre a las comunidades cercanas o cualquier vinculado a sus actividades.

5.6 *Proveedores*

Construir relaciones transparentes y duraderas con quienes proporcionan productos y servicios a **AGENCIA HERO**; basadas en la cooperación, transferencia de conocimiento, trato justo y que cumplan con los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Principios universales relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción).

5.7 *Política Pública*

Generar interés Corporativa e interés público para propiciar el desarrollo económico, social y ambiental de Colombia o el país donde opera **AGENCIA HERO**.

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

6. PRINCIPIOS DE ACTUACION

Los principios son el conjunto de valores, creencias, normas, que orientan y regulan la vida de **AGENCIA HERO**. Son el soporte de la visión, la misión, la estrategia y los objetivos estratégicos. Estos principios se manifiestan y se hacen realidad en nuestra cultura, en nuestra forma de ser, pensar y conducirnos.

Los objetivos planteados en la presente Política de Responsabilidad Social Corporativa serán alcanzados con una serie de principios de actuación que serán promovidos por la Coordinación de Responsabilidad Social Corporativa en conjunto con un Comité de Responsabilidad Social Corporativa. En el caso de actividades internas, dicho comité será conformado por colaboradores de **AGENCIA HERO** y para actividades con las comunidades de influencia, se trabajará con personal de **AGENCIA HERO** y representantes locales o fundaciones legalmente constituidas o directamente con las personas vulnerables, todo en coordinación con la policía nacional cuando así se requiera

A continuación, se detallan los principios de actuación de Responsabilidad Social Corporativa de **AGENCIA HERO** y sus proyectos asociados, los cuales deben ser aplicados con el fin de fortalecer el negocio base de **AGENCIA HERO** y su relación con el medio ambiente y las comunidades de influencia. Además, deben realizarse la RSC de forma que se logre mejorar la competitividad, productividad, rentabilidad y sostenibilidad de **AGENCIA HERO** en su totalidad

6.1 *Gobernabilidad*

- ✓ Garantizar que todos los colaboradores conozcan el Código de Ética y Conducta esperado de ellos, además de las demás políticas internas sobre medio ambiente, seguridad laboral y transparencia.
- ✓ Involucrar la RSC en la Cultura empresarial de **AGENCIA HERO**
- ✓ Difusión y cumplimiento de principios y valores éticos en todos los niveles de **AGENCIA HERO**.
- ✓ Identificar principales grupos de interés de **AGENCIA HERO**, es decir todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad Corporativa y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de **AGENCIA HERO**.
- ✓ Establecer instrumentos para gestionar con excelencia los procesos, de forma que se impulse el uso sostenible de los recursos y se promueva la minimización de los impactos procedentes de las actividades de **AGENCIA HERO**.
- ✓ Publicar, de forma periódica, información relevante y confiable sobre las actividades y los resultados obtenidos por **AGENCIA HERO** en sus aspectos técnicos, sociales y medio ambientales

6.2 *Público Interno*

- ✓ Realizar programas de desarrollo personal y profesional de los colaboradores.
- ✓ Actividades que generen el sentido de pertenencia en los empleados.
- ✓ Proporcionar espacios para que los empleados se recreen.
- ✓ Fomentar el uso de la bicicleta para ir al trabajo.
- ✓ Fomentar el respeto a las diferencias étnicas, culturales y físicas, así como su integración en todos los procesos en que sea posible.

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

- ✓ Buscar la existencia de un entorno de trabajo seguro y saludable que promueva el bienestar físico y mental de todos los trabajadores

6.3 *Mercadeo Responsable*

- ✓ Crear y respetar una política formal de comunicación y publicidad.
- ✓ Ser real y consistente con lo que se publicita.
- ✓ Informar al consumidor sobre los daños a la salud y/o medio ambiente, de sus productos.

6.4 *Medio Ambiente*

- ✓ *Buscar una gestión adecuada de los residuos propios de las operaciones de **AGENCIA HERO**, así como la reducción de los mismos mediante buenas prácticas de reciclaje y reutilización*
- ✓ *Diseñar productos eco amigables.*
- ✓ *Tener alianzas estratégicas con otras empresas, para generar proyectos de impacto ambiental positivo.*
- ✓ *Realizar campañas de siembra de árboles regularmente.*
- ✓ *Reduce residuos consumiendo responsablemente*
- ✓ *Velar por la preservación del entorno natural, respetando la biodiversidad y buscando la preservación de los paisajes y especies en todo momento*

6.5 *Comunidad*

- ✓ Establecer programas de educación y salud dentro de la comunidad, mediante alianzas públicas-privadas
- ✓ Apoyar pasantías y prácticas laborales.
- ✓ proyectos de voluntariado, que impacten los grupos de interés de **AGENCIA HERO**
- ✓ tiendas solidarias
- ✓ Fomentar el cultivo de un huerto urbano y ecológico.
- ✓ Armonizar las actividades de **AGENCIA HERO** con las realidades culturales de las comunidades de influencia con las que se relaciona respetando creencias, actividades y procesos específicos de cada espacio

6.6 *Proveedores*

- ✓ Incluir a sus proveedores en campañas de información de valores, cultura y principios de **AGENCIA HERO**.
- ✓ Llevar a cabo iniciativas dirigidas al fortalecimiento de sus proveedores en la adopción de prácticas de RSC.
- ✓ Contar con normas y políticas transparentes para los proveedores.
- ✓ Implantación de procesos de homologación de proveedores que consideren las acciones de RSC de las empresas proveedoras en el momento de realizar su clasificación.
- ✓ Realización de auditorías de carácter social y medioambiental a las empresas proveedoras más críticas

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

con el objetivo de asegurar el cumplimiento de los mínimos establecidos en los contratos, así como identificar actuaciones de mejora y poder plantearlas, implicando así a los proveedores en un ciclo de mejora continua.

6.7 *Política Pública*

- ✓ Esfuerzos para mejorar la educación en el país, (por medio de: becas, donaciones, asistencia técnica, programas de concientización, etc.)
- ✓ Promover alianzas públicas o privadas.
- ✓ Participar activamente en asociaciones y foros Corporativos.
- ✓ Velar por el cumplimiento de los derechos humanos y laborales establecidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en la legislación colombiana, rechazando rotundamente el trabajo infantil y forzoso, y respetando los derechos de asociación.
- ✓ Fomentar la integración de estándares internacionales de calidad en sus procesos y prácticas como el Pacto Global de las Naciones Unidas en Derechos Humanos, Prácticas Laborales y Medio Ambiente
- ✓ Apoyar económicamente proyectos ecológicamente sostenibles y de interés público, de tipo cultural, educativo y, por supuesto, también comercial siempre que se lleven a cabo de acuerdo con principios éticos.
- ✓ Apoyar a las personas con discapacidad, proporcionándole oportunidad laboral

De acuerdo con lo que define Guillermo Carvajalino¹ La Responsabilidad Social Corporativa debe ser entendida como la responsabilidad de una empresa por los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, expresadas en un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, considere las expectativas de sus grupos de interés, cumpla la legislación aplicable y vele por su integración a las prácticas del negocio.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es crear un balance entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales.

1. CARVAJALINO, Guillermo, La mirada crítica. La responsabilidad social Corporativa en Colombia. Director de la Fundación DIS. [En línea]. 2011. [Citado el 24 de septiembre 2014]. Disponible en: <http://www.actualidadenesa.com/journal-article/mirada-critica-responsabilidad-social-Corporativacolombia>

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización



	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

7. FASES DEL DESARROLLO DE LA POLITICA DE RSC Y SUS ANEXOS

Se usará el método PHVA (planear, hacer, verificar y actuar), se divide en cuatro fases importantes, según el diagnóstico de necesidades detectadas al interior de **AGENCIA HERO**.

- 7.1 **Diagnóstico:** ¿Dónde estamos? En esta fase obtendremos la base de la guía para generar sensibilización, evaluación actual de los procesos de Responsabilidad Social y cómo se encuentra **AGENCIA HERO** y la competencia respecto a RSC. se crearán objetivos y se pondrá en juego la creatividad del equipo directivo y el grupo conformado para este fin.
- 7.2 **Planeación:** ¿Que Haremos? Se construyen la estructura y las estrategias de **AGENCIA HERO**, estas permiten crear, revisar y reformular la planeación estratégica de **AGENCIA HERO**. Esta fase también establece procesos para poder lograr los resultados según las estrategias y políticas de **AGENCIA HERO**, alienados con el sistema de responsabilidad social Corporativa.
- 7.3 **Implementación:** ¿Como lo Haremos?: Esta fase hace posible materializar los objetivos de **AGENCIA HERO** en materia de RSC. Es un momento es decisivo en la medida que determina la eficacia de cada una de las actividades diseñadas en la planeación. La implementación busca ejecutar o llevar a la práctica cada una de las estrategias planeadas e integrar las prácticas en responsabilidad social y hacerlas operativas al interior de **AGENCIA HERO**, tanto en las actividades como en la toma de decisiones. Dentro de esta fase también se realizará el plan de comunicación interna y externa, ejecución del plan de capacitación y la documentación de los procedimientos.
- 7.4 **Verificación:** ¿Que se Hizo?: En esta fase se identificarán si se alcanzaron los objetivos y metas propuestas, se medirá si se produjeron cambios con base en los indicadores formulados y finalmente se elaborarán acciones de mejora para eliminar las causas de las desviaciones. Una vez se hayan medido los indicadores y calculado las desviaciones, se deberán investigar las causas.

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización



POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.

Versión: 02

12/01/2023

7.1 DIAGNOSTICO PRINCIPIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA RSC

Es importante saber cómo se encuentra **AGENCIA HERO** en materia de Responsabilidad Social Corporativa, es por esto que se creará un Comité de Responsabilidad Social Corporativa, el cual se encargará de ser el líder del proyecto y dará directrices, además de solicitar la información a cada uno de los colaboradores implicados en cada fase de esta guía. A continuación, se deberán identificar y calificar los programas de RSC en los que quiere actuar **AGENCIA HERO**, basados en los principios y características que tiene la responsabilidad social, generar el punto de partida, las acciones correctivas y la sostenibilidad de los proyectos durante las fases de planeación, implementación y verificación.

7.1.1 Características y principios de la RSC para su empresa. Enumere de 1 a 5 cada una de las características enlistadas en cada casilla siendo 1 la característica de menos importancia y 5 la característica de mayor relevancia que ha observado, evidenciado y detectado dentro de **AGENCIA HERO**.

Matriz de evaluación No. 1 – Características y Principios de la RSC

1 APOYO PATROCINIO EQUIDAD CLARIDAD CALIDAD	() () () () ()	2 RECTITUD SOSTENIBILIDAD RESPECTO PATROCINIO CREDULIDAD	() () () () ()	3 SENSIBILIDAD COMPROMISO COMUNICACIÓN PLURALIDAD RESPECTO	() () () () ()	4 COMUNICACION COMPROMISO CLARIDAD DILIGENCIA PLURALIDAD	() () () () ()
5 RECTITUD SOSTENIBILIDAD COMPROMISO DILIGENCIA CREDULIDAD	() () () () ()	6 EQUIDAD DILIGENCIA SENSIBILIDAD RESPECTO APOYO	() () () () ()	7 SOSTENIBILIDAD ENCADENAMIENTO PATROCINIO CLARIDAD SENSIBILIDAD	() () () () ()	8 JUSTICIA SENSIBILIDAD CLARIDAD CALIDAD APOYO	() () () () ()
9 CALIDAD CREDIBILIDAD DILIGENCIA ENCADENAMIENTO JUSTICIA	() () () () ()	10 PATROCINIO SOSTENIBILIDAD APOYO PLURALIDAD EQUIDAD	() () () () ()	11 RECTITUD RESPECTO COMUNICACION CALIDAD CREDULIDAD	() () () () ()	12 PLURALIDAD JUSTICIA RECTITUD COMUNICACION COMPROMISO	() () () () ()
13 EQUIDAD ENCADENAMIENTO COMUNICACION PLURALIDAD DILIGENCIA	() () () () ()	14 SENSIBILIDAD COMPROMISO RECTITUD CREDULIDAD ENCADENAMIENTO	() () () () ()	15 JUSTICIA SOSTENIBILIDAD EQUIDAD RESPECTO APOYO	() () () () ()	4 JUSTICIA CALIDAD PATROCINIO ENCADENAMIENTO CLARIDAD	() () () () ()

a) Tabla de Resultados No. 1

Permitirá calificar cada una de las características de la responsabilidad social, según la puntuación asignada. De este modo se podrá identificar fácilmente cuáles son las características propias de **AGENCIA HERO** y en cuáles se debe trabajar. Las características se encuentran en cuadrantes enumerados para facilitar la sumatoria de los resultados. En esta Tabla tome cada una de las características que encontrará enlistadas y llene el valor que le asignó en cada cuadrante; después de haber hecho esta operación realice la sumatoria total por cada característica, en la casilla que encuentra denominada como Nivel, organice de 1 a 16 siendo 1 la característica que en la sumatoria obtuvo mayor puntaje y 16 la característica que obtuvo menor puntaje. A continuación, deberá elegir las cinco (5) primeras características que se encuentran del nivel 1 al 5 y describa qué entiende por cada uno de estos principios. Ingrese la información en:

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización





POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.

Versión: 02

12/01/2023

CARACTERISTICA	1	2	3	4	5	SUMATORIA	NIVEL
APOYO							
CREDULIDAD							
PLURALIDAD							
COMUNICACION							
RECTITUD							
EQUIDAD							
ENCADENAMIENTO							
JUSTICIA							
CALIDAD							
PATROCINIO							
RESPECTO							
COMPROMISO							
DILIGENCIA							
SENSIBILIDAD							
SOSTENIBILIDAD							

b. Tabla de Resultados No. a.1.1 Identifique las 5 características que obtuvieron mayor puntaje y definalas.

No.	CARACTERISTICA	DESCRIPCION

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización



	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

7.1.2 Autoevaluación: Con esta matriz se podrá identificar el estado de las iniciativas propias de la RSC en AGENCIA HERO.

Matriz de evaluación No. 2 – Auto evaluación de prácticas de RSC - Interna

PRACTICAS COMERCIALES	SI	NO
AGENCIA HERO cuenta con una misión y una visión socialmente responsables		
AGENCIA HERO tiene un enfoque de sostenibilidad (desempeño social, económico y ambiental)		
AGENCIA HERO adopta unos principios o valores que orientan su gestión.		
AGENCIA HERO ha incorporado algún estándar nacional o internacional de responsabilidad social.		
AGENCIA HERO cuenta con una política de responsabilidad social Corporativa.		
AGENCIA HERO cuenta con una persona o grupo que oriente la cultura, la estrategia y las prácticas de responsabilidad social.		
AGENCIA HERO cuenta con algún mecanismo para relacionarse con sus grupos de interés		
AGENCIA HERO elabora y publica anualmente un informe de sostenibilidad		
AGENCIA HERO tiene un procedimiento para garantizar que la elaboración de la información financiera se ajusta a las normas contables vigentes		
AGENCIA HERO define criterios o reglas para el manejo de los conflictos de interés.		
AGENCIA HERO ha desarrollado algún tipo de iniciativa para promover el Buen Gobierno Corporativo.		
PRÁCTICAS LABORALES Y DERECHOS HUMANOS	SI	NO
AGENCIA HERO desarrolla iniciativas para mejorar las condiciones de los trabajadores en materia de salud y seguridad industrial.		
AGENCIA HERO aplica criterios objetivos para los procesos de contratación, capacitación, ascenso y evaluación.		
AGENCIA HERO desarrolla iniciativas para evitar todo tipo de discriminación (raza, sexo, edad, religión) en sus procesos internos		
AGENCIA HERO promueve acciones para el desarrollo educativo y profesional de sus trabajadores		
AGENCIA HERO otorga a sus empleados beneficios adicionales a los legales (económicos, educativos, sociales o culturales).		
AGENCIA HERO mejora las condiciones de trabajo en materia de ambiente físico, higiene, ventilación e iluminación.		
AGENCIA HERO desarrolla hábitos saludables (salud laboral, práctica de deportes, dieta saludable, prácticas anti-estrés).		
AGENCIA HERO promueve horarios flexibles o reducción de jornada para equilibrar la vida personal y laboral de sus trabajadores.		
AGENCIA HERO promueve relaciones respetuosas entre todos los miembros de AGENCIA HERO.		
AGENCIA HERO fomenta espacios o mecanismos para que los trabajadores expresen sus ideas, sugerencias, propuestas o quejas		
AGENCIA HERO ha desarrollado iniciativas para prevenir, denunciar y sancionar todo tipo de acoso.		
AGENCIA HERO garantiza el respeto a la libre asociación.		
AGENCIA HERO apoya a los trabajadores con menores ingresos		

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización



POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.

Versión: 02

12/01/2023

AGENCIA HERO promueve la vinculación de poblaciones diversas (vulnerables/marginales/discapacidad).		
PRÁCTICAS AMBIENTALES	SI	NO
AGENCIA HERO promueve la formación ambiental de sus colaboradores y el fortalecimiento de la cultura de responsabilidad ambiental.		
AGENCIA HERO tiene identificado la cantidad de materiales que utiliza en su operación.		
AGENCIA HERO adopta medidas para reducir el uso de la energía.		
AGENCIA HERO adopta medidas para ahorrar el consumo de agua		
AGENCIA HERO desarrolla iniciativas para promover la reducción, reutilización y reciclaje de materiales (papel, plásticos, cartón, vidrio, etc.).		
AGENCIA HERO promueve proyectos de ecoeficiencia en sus productos o servicios.		
AGENCIA HERO desarrolla iniciativas para atender y mitigar los impactos ambientales de sus procesos y productos sobre los ecosistemas.		
AGENCIA HERO desarrolla inversiones ambientales en programas que prevengan las emisiones de gases de efecto invernadero.		
AGENCIA HERO cuenta con una política o un sistema de gestión ambiental.		
PRÁCTICAS CON LA COMUNIDAD	SI	NO
AGENCIA HERO involucra a la comunidad para identificar sus problemas y su aporte a la solución		
AGENCIA HERO cuenta con unos compromisos con la comunidad formalmente reconocidos.		
AGENCIA HERO desarrolla iniciativas para mejorar el bienestar o desarrollo de la comunidad en la que ejerce influencia social.		
AGENCIA HERO capacita en la práctica de los valores democráticos y ciudadanos (convivencia, pluralismo, respeto a la diferencia, etcétera).		
AGENCIA HERO desarrolla iniciativas de cooperación con entidades públicas, otras organizaciones y organizaciones de la sociedad civil.		
AGENCIA HERO promueve la lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.		
AGENCIA HERO define una política de relación con su comunidad de influencia.		
AGENCIA HERO promueve relaciones transparentes con las autoridades públicas e instituciones gubernamentales.		
AGENCIA HERO apoya la gestión gubernamental local, regional o nacional en áreas o programas específicos.		
PRÁCTICAS CON LOS CLIENTES	SI	NO
AGENCIA HERO cuenta con mecanismos para atender preguntas, quejas y reclamos de sus clientes.		
AGENCIA HERO desarrolla mecanismos para fortalecer la comunicación con sus clientes		
AGENCIA HERO controla los impactos de los productos y servicios en la salud de sus clientes.		
AGENCIA HERO ofrece información sobre los contenidos de sus productos/servicios para orientar a sus clientes sobre los modos de uso, almacenamiento y desecho.		
AGENCIA HERO define mecanismos para mejorar el servicio postventa		
AGENCIA HERO respeta la privacidad de los clientes y evita la fuga de datos personales.		
PRÁCTICAS CON LOS PROVEEDORES	SI	NO
AGENCIA HERO ofrece información completa sobre los requerimientos que deben cumplir sus contratistas y proveedores.		
AGENCIA HERO cumple oportunamente con los compromisos 69 contractuales adquiridos con sus proveedores y contratistas		
AGENCIA HERO define criterios claros de evaluación y selección de contratistas y proveedores en relación a calidad, precio y responsabilidad contractual.		
AGENCIA HERO fortalece la comunicación y la atención a sus contratistas y proveedores.		
AGENCIA HERO promueve el fortalecimiento de pequeños y medianos proveedores.		
AGENCIA HERO impulsa iniciativas de responsabilidad social en su cadena de contratistas y proveedores.		
AGENCIA HERO promueve la sana competencia entre sus proveedores o contratistas		
AGENCIA HERO promueve la compra y el uso de productos locales y nacionales.		

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización



	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

7.1.3 Iniciativas: El Comité de Responsabilidad Social Corporativa deberá identificar todas las iniciativas que actualmente tiene la organización frente a cada uno de los grupos de interés prioritarios. Una vez identificadas estas iniciativas, la organización deberá calificar cada una en una escala de 0 a 10 puntos, donde 0 puntos es una iniciativa poco estructurada, 5 puntos es de estructuración media y 10 puntos corresponde a una iniciativa con una estructuración alta.




Matriz de evaluación No. 3 – Iniciativas

GRUPO DE INTERÉS	INICIATIVA	PUNTAJE		
		10 puntos	5 puntos	0 puntos
Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Ahorro de energía ✚ Plan de manejo de residuos ✚ Plan de uso de la bicicleta 			
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Apoyo a iniciativas sociales y culturales. ✚ Promoción de programas a favor de personas en condiciones de discapacidad ✚ Programas de voluntariado ✚ Apoyo a practicantes SENA y Pasantías 			
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Salarios entre un 5 y un 15% mas altos que la media del sector ✚ Flexibilización laboral ✚ Canales de comunicación efectivos ✚ Actividades de capacitación y formación ✚ Evaluación del clima laboral ✚ No discriminación laboral ✚ Apoyo para superación profesional 			
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Sistema eficiente de preventa y posventa ✚ Nuevas ofertas de servicios según necesidades ✚ Aumento de instrumentos de satisfacción del cliente: Oficina de PQR ✚ Reuniones periódicas con clientes 			
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Buenas prácticas de selección de proveedores ✚ Pago oportuno ✚ Cumplimiento del programa de RSC 			
Estado	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Cumplimiento de la ley 			

Tabla de Resultados No. 3 de acuerdo con la sumatoria obtenida en el campo TOTAL, identifique el puntaje obtenido, el estado de **AGENCIA HERO** y el semáforo correspondiente:

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

TOTAL	TIPO DE EMPRESA	SEMAFORO
Entre 60 puntos a 40 puntos	Empresa con un nivel de responsabilidad alto	
Entre 39 puntos a 20 puntos	Empresa con un nivel de responsabilidad medio	
Entre 19 puntos a 0 puntos	Empresa con un nivel de responsabilidad bajo	

7.1.4 Evaluación de Cumplimiento de Responsabilidad Social (externa) : Determina si **AGENCIA HERO** cumple o no cumple cada una de las normas generales que se describen a continuación. Recuerdo que todos los requisitos mencionados en la siguiente matriz son de obligatorio cumplimiento para **AGENCIA HERO**.

Matriz de evaluación No. 4: Responsabilidad Social (externa)

RESPONSABILIDAD SOCIAL CON EL MEDIO AMBIENTE						
OBLIGACION				CUMPLE		
				SI	NO	NA
Apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales (Principio del Global Compact de la Organización de las Naciones Unidas – ONU)						
Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental (Principio del Global Compact de la Organización de las Naciones Unidas – ONU).						
Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente (Principio del Global Compact de la Organización de las Naciones Unidas – ONU).						
Control a la calidad de bienes y servicios. (Artículo 78 - Constitución Política de Colombia de 1991)						
Prohibición sobre armas, residuos nucleares y desechos tóxicos. (Artículo 81 - Constitución Política de Colombia de 1991)						
Obtener permisos para la generación de ruido (emisión de sonido que afecte adversamente la salud o la seguridad de los seres humanos, la propiedad o el disfrute de la misma).						
Registrar la colocación de toda publicidad exterior visual (medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales, como leyendas, inscripciones, dibujos, fotografías, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas) previamente ante la oficina del municipio, distrito o territorio indígena a cargo y se deben pagar los derechos correspondientes.						
Solicitar permisos relacionados con la incorporación de residuos sólidos (cualquier objeto, material, sustancia o elemento sólido resultante del consumo o uso de un bien en actividades domésticas, industriales, comerciales, institucionales, de servicios, que el generador abandona, rechaza o entrega y que es susceptible de aprovechamiento o transformación en un nuevo bien, con valor económico o de disposición final). Ley de Servicios Públicos Domiciliarios (1994)						
Solicitar una licencia ambiental en la que se acredite el manejo responsable de los desechos en forma tal que no lesionan el ambiente ni atentan contra la salud humana, la integridad física y la vida de los habitantes o contra cualquier otro derecho fundamental.						
Realizar la caracterización físico-química de los desechos peligrosos (aquel que, por sus características infecciosas, tóxicas, explosivas, corrosivas, inflamables, volátiles, combustibles, radiactivas o reactivas pueda causar riesgo a la salud humana o deteriorar la calidad ambiental hasta niveles que causen riesgo a la salud humana) e informar a las personas naturales o jurídicas que se encarguen del almacenamiento, recolección y transporte, tratamiento o disposición final de los mismos						
NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO		
	DD	MM	AAAA			
01	24	10	2020	Versión Original		
02	01	01	2023	Actualización		



POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.

Versión: 02

12/01/2023

RESPONSABILIDAD SOCIAL LABORAL			
OBLIGACION	CUMPLE		
	SI	NO	NA
Mantener condiciones de trabajo justas y decentes. (SA8000)			
Respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. (Principios del Global Compact de la Organización de las Naciones Unidas – ONU)			
La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio. (Principios del Global Compact de la Organización de las Naciones Unidas – ONU)			
La abolición efectiva del trabajo infantil. (Principios del Global Compact de la Organización de las Naciones Unidas – ONU)			
La eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación. (Principios del Global Compact de la Organización de las Naciones Unidas – ONU)			
Respetar la jornada laboral ordinaria. Deberá durar un máximo de ocho (8) horas al día y cuarenta y ocho (48) horas semanales, que pueden ser distribuidas de lunes a viernes o de lunes a sábado. El trabajo podrá ser diurno (6:00 a.m. a las 10:00 p.m.) o nocturno (10:00 p.m. a las 6:00 a.m.).			
Retribuir a los trabajadores la labor prestada, a través de las siguientes modalidades: 1. Salario 2. Auxilio de Transporte 3. Calzado y vestido de labor 4. Prestaciones Sociales			
Respetar el derecho a los descansos remunerados. Dentro de estos descansos se encuentran: 1. Descanso dominical remunerado y descanso remunerado en los días de fiesta de carácter civil y religioso. 2. Vacaciones remuneradas.			
Pagar las indemnizaciones correspondientes por el incumplimiento por parte del empleador de las obligaciones legales.			
Cumplir con el sistema de aportes al Sistema Integral de Seguridad Social			
Cumplir con el sistema de Aportes Parafiscales Los aportes corresponden al % de la nómina mensual de salarios establecido para la entidad, de la siguiente forma: • ICBF: 3% • SENA: 2% • Cajas de compensación familiar: 4%			
Respetar el derecho de los trabajadores a gozar de periodos de licencia que se derivan de las siguientes circunstancias: • Maternidad • Paternidad • Luto			
Adoptar un reglamento de trabajo. La responsabilidad aplica para organizaciones comerciales: Que tenga más de cinco (5) trabajadores de carácter permanente Adoptar un Reglamento de Higiene y Seguridad industrial. La responsabilidad aplicar para toda organización que emplee a su servicio diez (10) o más trabajadores permanentes			
Respetar las modalidades de contratación existentes legales. Los empleados podrán contrataRSC de acuerdo con las siguientes modalidades: • Contrato a término fijo • Contrato por duración de la obra o labor contratada • Contrato accidental o transitorio • Contrato a término indefinido • Contrato de aprendizaje			
Respetar los derechos de los trabajadores extranjeros. Tendrán los mismos derechos y las mismas obligaciones que los trabajadores colombianos.			
Respetar y proteger la creación y desarrollo de organizaciones sindicales y la negociación colectiva.			
Negociar con los trabajadores la Convención colectiva de trabajo para fijar las condiciones que regirán los contratos de trabajo durante su vigencia.			
Celebrar pactos colectivos con los trabajadores no sindicalizados			
Respetar el derecho a la huelga como una opción de negociación para los trabajadores, siempre y cuando éstos sean dependientes de un empleador del sector privado que no ejerza actividades consideradas por la Ley como de servicio público.			
Prevenir, corregir y sancionar las diferentes formas de agresión, maltrato y en general, todo ultraje de la dignidad humana ejercida en las relaciones de trabajo, que puedan configurar acoso laboral. (Ley 1010 del 23 de enero de 2006)			
Convenio 87 sobre el derecho a la libre asociación			
Convenio 144 sobre consulta tripartita.			
Convenio 161 sobre los servicios de salud en el trabajo.			
Convenios 162 sobre la utilización del asbesto en condiciones de seguridad			
Convenios 174 sobre la prevención de accidentes industriales mayores			
Convenio 170 y recomendación número 177 sobre la seguridad en la utilización de los productos químicos en el trabajo			

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización





POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.

Versión: 02

12/01/2023

RESPONSABILIDAD SOCIAL COMERCIAL						
OBLIGACION				CUMPLE		
				SI	NO	NA
Adoptar Códigos de Conducta como una declaración de la organización sobre su política, valores o los principios en los que inspira su comportamiento con su talento humano, el medio ambiente, clientes, consumidores, gobierno y comunidad. (El Libro Verde sobre Responsabilidad Social de las Organizaciones (2001), El Global Compact de las Naciones Unidas (1999) y Declaración Tripartita de Principios en lo Concerniente a las Organizaciones Multinacionales y la política social de la OIT)						
Implementación de códigos de buen gobierno que incluyan los siguientes temas: a) Protección adecuada de los derechos de propiedad de los Accionistas (voto, utilidades, elección de Junta Directiva). b) Tratamiento Equitativo para todos los accionistas. c) Velar por los Grupos de interés: los inversionistas, los empleados, los acreedores y los proveedores. d) Comunicación y transparencia de la información. e) Responsabilidades de la Junta Directiva. (Principios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico-OCDE)						
Adecuadas prácticas de contratación y pago a proveedores						
Cumplir el principio de la Nación Más Favorecida (OMC)						
Cumplir el principio de Trato Nacional (OMC)						
Realizar control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad. (Artículo 78, Constitución Política de Colombia de 1991)						
Suministrar información al público en la comercialización de bienes y servicios. (Estatuto de Protección del Consumidor)						
Producir estados financieros de propósito general por lo menos una vez al año. Deben incluir: el balance general, el estado de resultados, el estado de cambios en el patrimonio, el estado de cambios en la situación financiera y el estado de flujos de efectivo.						
Repartir las utilidades con base en Estados Financieros elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados, en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones, cuotas o partes de interés social de cada socio						
RESPONSABILIDADES TRIBUTARIAS						
OBLIGACION – Estatuto Tributario				CUMPLE		
				SI	NO	NA
Pagar los impuestos de carácter nacional: • Impuesto sobre la Renta • Impuesto Complementario de Ganancias Ocasionales • Impuesto al Patrimonio • Impuesto sobre las Ventas – IVA. • Gravamen a los Movimientos Financieros • Impuesto de Timbre.						
Pagar de los impuestos subnacionales: • Impuesto de Industria y Comercio • Impuesto Predial Unificado • Impuesto de Registro.						
Retención en la fuente Las organizaciones que actúan como agentes de retención deberán practicar las retenciones correspondientes, consignar las sumas retenidas en los lugares y dentro de los plazos establecidos por el Gobierno, presentar las Declaraciones mensuales de Retención en la Fuente y expedir los certificados de retenciones.						
Las organizaciones podrán deducir los gastos realizados en desarrollo de las siguientes actividades, entre otras: • Salarios y aportes parafiscales • Los intereses sobre obligaciones que se tengan con entidades sometidas vigiladas por la Superintendencia Financiera. • Gastos en el exterior • Donaciones a entidades descritas por la ley • Inversión en proyectos científicos, tecnológicos, de formación • profesional de instituciones de educación superior oficiales y privadas. • Inversiones en control y mejoramiento del medio ambiente • Inversiones realizadas en activos fijos reales productivos que se usen de forma directa y permanente en la actividad productora de Renta.						
RESPONSABILIDAD SOCIAL – INVERSION SOCIAL						
OBLIGACION				CUMPLE		
				SI	NO	NA
Contratar un aprendiz por cada 20 trabajadores y uno adicional por fracción de diez (10) o superior que no exceda de veinte. Las organizaciones que tengan entre quince (15) y veinte (20) trabajadores, tendrán un aprendiz						
Realizar aportes obligatorios que sirven para financiar el Sistema General de Salud.						
NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO		
	DD	MM	AAAA			
01	24	10	2020	Versión Original		
02	01	01	2023	Actualización		



	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

Análisis interno En esta fase del diagnóstico se realizará una evaluación integral de la situación actual de **AGENCIA HERO** en materia de RSC para identificar cuáles son las oportunidades de mejora, basadas en las percepciones de los directivos y empleados de **AGENCIA HERO**. Aquí identificaremos el perfil de **AGENCIA HERO**, el estilo de liderazgo gerencial y la toma de decisiones y el clima organizacional

7.1.5 Análisis Perfil de la Organización Permitirá conocer la situación actual de **AGENCIA HERO** y su posición dentro de su sector.

Matriz de evaluación No. 5: - Perfil de la Organización

PERFIL DE LA ORGANIZACION	Nombre de la organización	
	Actividad económica	
	Fecha de establecimiento	
	Nombre del representante legal	
	Sedes	
	Plan estratégico actual	
	Número de empleados	
	Número de clientes	

7.1.6 Análisis del Clima Laboral Permite identificar las cualidades de los directivos que favorecen el proceso de influir en los empleados para que se esfuercen en alcanzar las metas de la organización. El estilo de liderazgo más eficaz es aquel que se adapta a las necesidades del equipo en cada situación. Diligencie la matriz que se relaciona a continuación:

Matriz de evaluación No. 6: - Análisis del Clima Laboral

ANALISIS DE CLIMA LABORAL		ALTO	MEDIO	BAJO
	Grado de compromiso			
	Vínculos afectivos y de apoyo			
	Nivel de empoderamiento			
	Nivel de planeación y organización del trabajo			
	Nivel de trabajo en equipo			
	Grado de presión y control ejercido por la alta dirección			
	Nivel de conocimientos sobre políticas y reglamentos			
	Tolerancia al cambio			
Ambiente de trabajo (iluminación, puesto de trabajo, herramientas, etc.)				

7.1.7 Análisis del Estilo de Liderazgo y Toma de Decisiones: Permite identificar el clima organizacional, entendido como el conjunto de percepciones que los trabajadores tienen sobre **AGENCIA HERO**. Su importancia radica en que influye en la satisfacción del trabajador y por lo tanto en su productividad. El estudio de clima organizacional estará bajo la responsabilidad de Recursos Humanos.

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

Matriz de evaluación No. 7: Análisis del Estilo de Liderazgo y Toma de Decisiones

ESTILO DE LIDERAZGO GERENCIAL Y TOMA DE DECISIONES	Orientación al Trabajo	ALTO	MEDIO	BAJO
	Orientación a la Productividad			
	Orientación a las personas			
	Orientación al Resultado			

Una vez identificados los programas de RSC actuales, **AGENCIA HERO** deberá visualizar los programas de RSC deseados y su alcance. Se podrá usar el método de lluvia de ideas para recolectar la información. Este será un primer paso para la estructuración de los programas de RSC de **AGENCIA HERO**

7.2 PLANEACIÓN

7.2.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

El Programa de Responsabilidad Social Corporativa no es un sistema que se implementará de una manera adicional y alterna a las actividades de **AGENCIA HERO**, es por esto que la planeación estratégica y el programa de responsabilidad social organizacional deben generar una sola estrategia corporativa. La planeación estratégica debe contemplar cada uno de los siguientes puntos y alinearlos al enfoque de responsabilidad social Corporativa.

- Misión
- Visión
- Objetivos
- Estrategias

La planeación estratégica debe contener:

- Objetivos específicos que serán el puente para lograr los generales
- Planes de Acción para lograr los objetivos específicos
- Recursos y su correspondiente distribución
- Responsabilidades de ejecución de estrategias
- Cronograma de ejecución de estrategias con tiempos de entrega
- Costos de la implementación de las estrategias
- DOFA En este punto, identifique las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de su organización. Tenga en cuenta la siguiente información:
 - DEBILIDADES: Son factores internos que se convierten en obstáculos para la organización.
 - OPORTUNIDADES: Son factores positivos externos que pueden ser aprovechados por la organización.
 - FORTALEZAS: Son factores internos positivos que diferencian a la organización de las demás en el mercado.
 - AMENAZAS: Son situaciones negativas externas que pueden llegar a afectar la organización en algún momento

7.2.2 PLAN DE SENSIBILIZACION ORGANIZACIONAL

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

La implementación del programa de responsabilidad social Corporativa es netamente comunicativa, de aquí nace la importancia de crear planes de sensibilización y comunicación. La sensibilización será la acción a tomar en el corto plazo y de crear una mentalidad de cambio que se sobreviene; para esto le proponemos el siguiente plan de capacitación de su cliente interno, el cual se verá reflejado en el éxito de la ejecución de la PRE

7.2.3. PLAN DE COSTOS DE IMPLEMENTACION RSC

Se realizará una planeación del presupuesto general del programa de RSC, que será adicional al presupuesto general de **AGENCIA HERO**.

Matriz de evaluación No. 8 – Presupuesto

RUBRO	DESCRIPCION	VALOR
GASTOS	PERSONAL	
	CAPITAL	
	RECURSOS MATERIALES	
	IMAGEN	
	PASIVO SOCIAL	
INVERSIONES	SOCIALES	
	ECONÓMICAS	
INGRESOS	DONACIONES	
	PRESTAMOS	
	EVENTOS	
RESERVAS	SANCIONES	
	IMPREVISTOS	

7.3 IMPLEMENTACION

En esta fase se llevarán a la práctica cada una de las estrategias planeadas y se integrarán las prácticas en responsabilidad social en **AGENCIA HERO**. Esta fase pretende hacer operativa la responsabilidad social al interior de **AGENCIA HERO**, tanto en las actividades como en la toma de decisiones. Dentro de esta fase también se realizará el plan de comunicación interna y externa, ejecución del plan de capacitación y la documentación de los procedimientos. Tenga en cuenta que de la rigurosidad de la implementación depende el buen desarrollo del modelo.

El proceso de implementación consta de cuatro etapas:

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

7.3.1 PLAN DE CAPACITACIÓN

La capacitación consiste en ofrecer a los colaboradores información y formación sobre cómo incorporar una perspectiva de sostenibilidad económica, social y ambiental en las operaciones de la organización y motivarle para que participe activamente en el proceso. Para capacitar al personal de **AGENCIA HERO** debe realizar las siguientes actividades:

1. Identificar las necesidades de capacitación.
2. Elaborar un plan de capacitación.
3. Ejecutar el plan de capacitación.
4. Evaluar la eficacia de la capacitación recibida.

Matriz de evaluación No. 9

PLAN DE CAPACITACIONES					
EMPLEADO ORGANIZADOR					
NECESIDADES DE CAPACITACION	ACTIVIDADES DE CAPACITACION	FECHA	LUGAR	COSTO	OBSERVACIONES

7.3.2 DOCUMENTACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS E IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES Y REGISTRO DE EVIDENCIAS

Con la Matriz No. 9 y No. 10 se pretende documentar los procedimientos más críticos para asegurar que se realicen de manera correcta y homogénea por todas las personas involucradas y de esta manera lograr su permanencia y documentar las evidencias de la ejecución de las acciones de mejora planificadas

Los registros son evidencias documentales de las actividades realizadas. Son importantes para el control interno y también externo, en los casos en los que sea preciso cumplir los requerimientos de clientes o autoridades

Matriz de evaluación No. 10

PROCEDIMIENTO No. 1					
OBJETIVO					
CONTENIDO					
ALCANCE					
DOCUMENTOS DE REFERENCIA					
ENTRADA	TAREA	RESPONSABLE	SALIDA	FRECUENCIA	

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

Matriz de evaluación No. 11

REGISTRO DE EVIDENCIAS						
EVIDENCIA						
No. DE EVIDENCIA						
ACTIVIDAD REALIZADA	ACCION DE MEJORA	REALIZADA POR	ENTREGADA POR	FECHA	HORA	OBSERVACIONES

7.3.3 PLAN DE COMUNICACIÓN Y REPORTE

Consiste en la publicación de información sobre el desempeño económico, ambiental y social de **AGENCIA HERO**. Para ello se planifica la comunicación y se ejecutan las acciones planificadas, se elabora un reporte de sostenibilidad y se verifica su credibilidad mediante el diálogo con los grupos de interés.

El proceso de comunicación y reporte consta de tres etapas:

- **Comunicación interna:** Todos los integrantes de **AGENCIA HERO** deben conocer qué es la RSC y qué significa para **AGENCIA HERO**, tanto en lo que hace referencia a los beneficios comerciales, como a la implementación de las diferentes estrategias y actividades. Esta comunicación se puede realizar a través de presentaciones internas (Capacitación), boletines informativos internos, sitios en la intranet, informes sobre la RSC, etc. La comunicación eficaz de las estrategias y las actividades de RSC es fundamental para:
 - Motivar, incentivar y reconocer al personal por comprometerse con los programas de RSC.
 - Demostrar la apertura y la transparencia de las operaciones y, al mismo tiempo, crear confianza.
 - Conducir cambios positivos.
 - Las necesidades de información de las partes interesadas.
 - Demostrar seriedad en las intenciones con respecto a las cuestiones de la RSC.
 - Mejorar la reputación comercial.

- **Comunicación externa;** Es fundamental para preservar la imagen de la organización, es importante comunicar que **AGENCIA HERO** tiene o pretende tener una larga trayectoria de programas de RSC a través de una estrategia. Esta comunicación se puede realizar por medio de:
 - La activa participación en las empresas y organizaciones que promueven la RSC.
 - Actividades de RSC en el ámbito nacional, regional y mundial.
 - Informe "exclusivo" sobre la RSC, o como parte de la Memoria Anual o con un Balance Social.
 - Presentaciones a clientes actuales y potenciales.
 - Boletines informativos externos.
 - Canales de publicidad directa.
 - Sitios web.
 - Creación o patrocinio de eventos de RSC.

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

Matriz de evaluación No. 12 – Comunicación

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA										
FECHA										
HORA										
GRUPO DE INTERES	OBJETIVO ESPECÍFICO	MENSAJE	ACTIVIDAD A REALIZAR	MEDIOS A UTILIZAR	FRECUENCIA	RESPONSABLE	% DE CUMPLIMIENTO	PRESUPUESTOS	ASPECTOS A MEJORAR	OBSERVACIONES

7.4 VERIFICACIÓN

Teniendo en cuenta que verificar es “Comprobar o examinar la verdad de algo” ¹, en la fase de verificación **AGENCIA HERO** comprobará el comportamiento y resultados de las fases anteriores, a través de un análisis cualitativo y cuantitativo. Los resultados de estos indicadores arrojarán las debilidades y fortalezas de las acciones implementadas en el proyecto, sus causas y las oportunidades de mejora.

7.4.1 Verificación cualitativa

La organización deberá asignar valores cualitativos al cumplimiento de los objetivos planteados para cada grupo de interés (Los grupos de interés son todos aquellos grupos con quien la organización interactúa de una manera constante y requiere generar reputación, vínculos y cercanía para lograr estrategias, cumplir con leyes, evolucionar tecnológicamente o cumplir con procesos o procedimientos organizacionales dando así valor agregado a su actividad económica y al grupo de interés con quien se trabaja).

Matriz de evaluación No. 13 – Verificación Cuantitativa

GRUPO DE INTERES	OBJETIVO	ESTRATEGIA	INDICADORES CUALITATIVOS	SEMAFORO	DESVIACION	CAUSAS	ACCIONES
MEDIO AMBIENTE							
COMUNIDAD							
EMPLEADOS							
CLIENTES							
PROVEEDORES							
ESTADO							

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

Con esta matriz se evaluará el cumplimiento de los objetivos propuestos para cada grupo de interés, de acuerdo con el porcentaje obtenido en los indicadores específicos dispuestos para cada estrategia. La verificación cualitativa se realizará a través de los resultados obtenidos en el “SEMÁFORO”, donde:

- **Rojo:** AGENCIA HERO deberá hacer un alto en el camino y regresar a atender las causas de la desviación que originó el bajo desempeño del indicador. De la misma forma, se deberá evaluar la viabilidad del objetivo propuesto.
- **Amarillo:** AGENCIA HERO deberá analizar las causas de la desviación que originó el desempeño medio del indicador y proponer las acciones preventivas y correctivas al respecto.
- **Verde:** AGENCIA HERO cumplió a cabalidad con el desempeño esperado del indicador propuesto y podrá continuar con el desarrollo de su proyecto.

Tenga en cuenta las siguientes definiciones: **DESVIACIÓN:** Se refiere a la interrupción en el cumplimiento de una meta. Se identifica cuando el resultado obtenido es diferente a la meta propuesta.

CAUSAS: Se refiere al suceso que genera la desviación.

*Real Academia de la Lengua Española, 2013)

ACCIONES CORRECTIVAS Y PREVENTIVAS: Corresponde a las acciones que implementa la organización para mitigar las causas que originan las desviaciones.

7.4.2 Verificación cuantitativa

Una vez realizada la verificación cualitativa del cumplimiento de los objetivos, la organización deberá definir los indicadores que medirán (cuantitativamente) el desempeño de las estrategias implementadas para cada grupo de interés.

Indicadores para AGENCIA HERO:

GRUPO DE INTERES	OBJETIVO	INDICADOR
Medio Ambiente	➤ Adoptar medidas para reducir el uso de la energía.	(Valor actual pagado por consumo de energía - Valor anterior pagado por consumo de energía) / Valor actual pagado por consumo de energía
	➤ Adoptar medidas para reducir el consumo de agua.	(Valor actual pagado por consumo de agua - Valor anterior pagado por consumo de agua) / Valor actual pagado por consumo de agua
Comunidad	➤ Generar empleo en la comunidad	Número de trabajadores contratados de la comunidad en la comunidad / Total de trabajadores contratados por AGENCIA HERO
	➤ Contratos practicantes SENA y Pasantías	Número de trabajadores para practica / Total de trabajadores contratados de AGENCIA HERO frente a mes anterior

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

Empleados	> Desarrollar iniciativas para evitar todo tipo de discriminación en sus procesos internos Canales de comunicación efectivos.	Número de mujeres contratadas /Número total de trabajadores. Número de personas pertenecientes a minorías étnicas, raciales y culturales contratadas / Número total de trabajadores
	> Promover acciones para el desarrollo educativo y profesional de sus trabajadores.	Número de programas educativos y de formación ofrecidos a los trabajadores /Total de trabajadores
Clientes	> Atender oportunamente las preguntas, quejas y reclamos de sus clientes.	Número de preguntas, quejas y reclamos atendidas oportunamente (Temporalidad) / Número total de preguntas, quejas y reclamos recibidos
Proveedores	> Promover el fortalecimiento de pequeños Proveedores y empresas Unipersonales	Número de pequeños y empresas unipersonales contratados / Número de total de proveedores contratados
Estado	> Cumplir con las obligaciones legales	Número de sanciones impuestas a la organización / Meta

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

**DECALOGO DE LA POLITICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
 AGENCIA HERO CONSULTING & DEVELOPMENT S.A.S.**

1. Generar conciencia tanto en la parte interna y externa sobre la importancia del programa de RSC
2. Ser socialmente Responsables
3. Fidelizar al cliente interno y externo
4. Impactando los indicadores de productividad, rentabilidad y competitividad
5. Mejorar la calidad de Vida de nuestros empleados
6. Aumentar nuestro Good Will (activo fijo de AGENCIA HERO, valor de la reputación de una empresa)
7. Mejorar el entorno ambiental.
8. Luchar contra la pobreza y contribución al desarrollo.
9. Todas las de los objetivos planteados en nuestra Política de Responsabilidad Corporativa.
10. Cumplir los principios del El Pacto Mundial de las Naciones Unidas - 10 principios universales relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

----- FIN DOCUMENTO -----

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización



	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

ANEXO 1

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LA ONU

Los 10 principios del Pacto Mundial de la ONU, derivados de las convenciones y declaraciones de las Naciones Unidas, están reconocidos y respaldados por numerosos documentos finales y resoluciones intergubernamentales, incluidas las resoluciones de la Asamblea General. Para unirse al Pacto Mundial de la ONU, el ejecutivo de mayor nivel se compromete públicamente con el secretario general a que AGENCIA HERO adoptará un planteamiento responsable, basado en principios e integrado con respecto a los objetivos de desarrollo de las Naciones Unidas según los Principios, señalando al mismo tiempo el potencial de AGENCIA HERO para convertirse en un socio fuerte y a largo plazo de la Organización. Los 10 principios del Pacto Mundial de la ONU son los siguientes:

DERECHOS HUMANOS:

- Principio 1: las empresas deberían apoyar y respetar la protección de derechos humanos declarados internacionalmente.
- Principio 2: las empresas deberían asegurarse de no ser partícipes de vulneraciones de derechos humanos.

TRABAJO:

- Principio 3: las empresas deberían defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva.
- Principio 4: las empresas deberían defender la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.
- Principio 5: las empresas deberían defender la abolición efectiva de la mano de obra infantil.
- Principio 6: las empresas deberían defender la eliminación de la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

MEDIO AMBIENTE:

- Principio 7: las empresas deberían apoyar un planteamiento preventivo con respecto a los desafíos ambientales.
- Principio 8: las empresas deberían llevar a cabo iniciativas para fomentar una mayor responsabilidad ambiental.
- Principio 9: las empresas deberían promover el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

- Principio 10: Las empresas deberían trabajar contra la corrupción en todas sus formas, como la extorsión y el soborno.

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización

	POLITICA INTEGRAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y MEDIO AMBIENTE.	Versión: 02
		12/01/2023

- Tanto los Derechos Humanos como la RSC son una exigencia ética; mientras esta refleja la necesidad de contribuir al desarrollo sostenible, los Derechos Humanos simbolizan un firme compromiso con el respeto y la protección de la libertad, el bienestar y la dignidad; de aquí su evidente complementariedad. Estos conceptos también tienen en común que ambos trascienden la esfera estrictamente legal.
- para hacer aún más efectiva esa complementariedad se sostiene que: a) Las empresas deben entender que la responsabilidad de respetar los Derechos Humanos más allá del cumplimiento de la ley, es porque son derechos inalienables, que deben ser atendidos siempre. b) Las empresas deberían adoptar para sus estrategias de RSC el enfoque de Derechos Humanos. c) Las empresas deberían empaparse de la normativa en materia de Derechos Humanos y ser capaces de discernir en cuáles de estos derechos pueden ocasionar mayores impactos. d) Las empresas deberían ampliar y fortalecer la diligencia debida en materia de Derechos Humanos: 1) contar con un proceso continuo y dinámico para prevenir, mitigar y rendir cuentas por los impactos negativos de su actuación y de sus relaciones comerciales sobre los Derechos Humanos, 2) facilitar modos de compensación por sus abusos directos e indirectos sobre los Derechos Humanos.
- Si bien se sabe que las empresas tienen un potencial fundamental para generar desarrollo, empleo, crecimiento económico y con ello reducir la pobreza y la exclusión asegurando la igualdad de oportunidades y la no discriminación; acontecen problemas o lagunas en los mercados por los que las empresas no siempre estén dispuestas a respetar los Derechos Humanos. Así se refleja, al producirse despidos masivos, falta de registración, salarios inferiores a los legales, atentados contra la libertad sindical, discriminación de grupos vulnerables etc. No hay duda que ello se produce por el libre funcionamiento de los mercados.

NÚMERO DE VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
	DD	MM	AAAA	
01	24	10	2020	Versión Original
02	01	01	2023	Actualización