

ACDE

ASOCIACION CRISTIANA
DE DIRIGENTES DE EMPRESA

14ª Edición
IRSE
INDICADORES DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIA



Promueve



Aupician



Con el
respaldo de



Comisión de RSE de ACDE

INTRODUCCIÓN

El IRSE nace en 2003 como un cuestionario de medición de nivel de aplicación de RSE en las organizaciones, es decir un ÍNDICE.

Se va transformando lentamente en una tímida herramienta para advertir las potenciales acciones de RSE a trabajar en un ítem del cuestionario en particular.

La madurez que fuimos adquiriendo en ACDE y también en el país en materia de RSE, nos permitió desarrollar y enriquecer el formato original

Esta actualización del IRSE formó parte de un conjunto de acciones que decidió emprender la Comisión de RSE de ACDE, promoviendo un salto cualitativo, desde una aplicación inicial y parcial de la RSE, hacia su incorporación efectiva a la gestión y a la estrategia de la empresa. Esta incorporación requiere que las empresas diseñen políticas, las apliquen y evalúen la forma en que lo hacen.

Se transformó el IRSE en un sistema de INDICADORES, una eficaz herramienta de evaluación en la cual se basa la gestión de la empresa en forma sustentable y sostenible.

Entendiendo las dificultades que estos cambios generan, la Comisión de RSE realiza talleres y actividades de capacitación sobre el uso y aplicación de los IRSE (Indicadores de Responsabilidad Social), con la finalidad de ayudar a las empresas a utilizar el formulario de forma eficaz como herramienta de planificación.

En esta nueva edición de los IRSE la Comisión de RSE introduce un nuevo cambio, con la finalidad de que este instrumento sirva también a las empresas para evaluar en qué medida su gestión se ha visto beneficiada con la incorporación de la RSE a la misma.

En ese sentido, esta 14° edición de los IRSE incorpora una nueva sección denominada PERCEPCIÓN DE TENDENCIAS, en la que se incluyen indicadores sobre 18 posibles situaciones dentro de la organización.

La información de esta sección servirá para reflexionar acerca de si en los últimos años el desempeño de la empresa ha mejorado gestionándola desde la visión de la RSE e incluso evaluar si en momentos como los que algunas empresas están pasando desde el punto de vista económico, el trabajar de la forma mencionada les ha permitido sostenerse aun cuando no haya una mejora económica tangible.

Esperamos que esta nueva actualización del IRSE sea de utilidad y contribuya al objetivo central de esta herramienta: servir de soporte a la incorporación efectiva de la RSE a la gestión y la estrategia de las empresas.

Comisión de RSE de ACDE
Agosto de 2016

INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA

Empresa N°	
------------	--

II. Información General de Identificación

Nombre			
Razón Social			
Sector de Actividad			
Dirección de la casa central			
Ciudad		Teléfono de contacto	

II. Información General sobre la actividad

Año de la fundación	
---------------------	--

Tipo de empresa	
Privada	
Estatal	
Pública de Derecho Privado	
Cooperativa	
Asociación Civil	

Giro	
Agropecuario	
Industrial	
Servicios	
Comercio	

Origen del capital	
Nacional	
Internacional	
Mixto (Nacional + Internacional)	

Mercado en el que opera	
Exterior	
Todo el Uruguay	
Montevideo	
Todo el Interior	
Localidad o región del Interior	

Número de integrantes (trabajadores, gerentes, directores, etc.)	
Menos de 20	
Entre 20 y 50	
Entre 51 y 100	
Entre 101 y 300	
Entre 301 y 500	
Más de 500	

La empresa es de capital...	
Abierto	
Cerrado	

III. Información relacionada con las prácticas de RSE

Nº	¿Su empresa...?	SI	NO
1	Incluye referencias a la RSE en sus declaraciones de identidad (visión, misión y valores).		
2	Incluye la RSE en su planificación estratégica.		
3	Tiene código de ética o de conducta.		
4	Elabora un reporte social o memoria social (anual o bi-anual).		
5	Tiene un área o equipo de RSE.		
6	Tiene una persona dedicada exclusivamente a la gestión de la RSE.		
7	Involucra al equipo gerencial en los temas de RSE.		
8	Participa de alguna organización relacionada con la RSE (DERES, ACDE, Red del Pacto Global, Red de empresas públicas que promueven la RSE, etc.).		
9	Tiene fundación propia o integra una fundación con otras empresas.		
10	Promueve y aplica el voluntariado de sus empleados.		
11	Tiene relación permanente de colaboración con alguna organización social o institución pública (estatal o departamental).		

IV. Importancia relativa de los stakeholders

Le pedimos que indique la importancia relativa que la empresa asigna a cada uno de los siguientes stakeholders. Para hacerlo, asigne el número "1" al que considera más importante, el "2" al siguiente y así sucesivamente.

Stakeholder	Orden importancia
Accionistas	
Clientes / consumidores	
Competidores	
Comunidad	
Estado	
Medioambiente	
Proveedores / distribuidores	
Trabajadores	

V. Percepción sobre tendencias

Le pedimos que indique cuál es la **percepción** sobre la evolución de algunos resultados de la empresa en el correr de los ÚLTIMOS TRES AÑOS. En cada indicador hay siete alternativas de respuesta, tal como se observa en la primera línea de la tabla. La expresión AUMENTÓ (DISMINUYÓ) puede tomarse como sinónimo de MEJORÓ (EMPEORÓ).

Nº	Indicador	AUMENTÓ			Quedó igual	DISMINUYÓ		
		Mucho	Bastante	Poco		Poco	Bastante	Mucho
1	La satisfacción de los propietarios con el funcionamiento de la empresa							
2	La satisfacción de los empleados							
3	El compromiso de los empleados							
4	La rotación del personal clave							
5	El clima laboral							
6	El alineamiento del personal con la misión, visión y valores de la empresa							
7	La percepción/conocimiento de los empleados sobre los avances de la empresa en materia de RSE							
8	La predisposición de los empleados a participar en las acciones sociales de la empresa							
9	La satisfacción de los clientes							
10	La satisfacción de los proveedores							
11	Las alianzas estratégicas con proveedores (relaciones ganar-ganar)							
12	El buen relacionamiento con los vecinos							
13	La cooperación con los competidores							
14	La posición de la empresa en el mercado							
15	El volumen de clientes							
16	La facturación							
17	La rentabilidad							
18	La reputación o imagen de la empresa							

ORIENTACIONES PARA LA APLICACIÓN DEL FORMULARIO DE AUTOEVALUACIÓN

1. Elementos que componen el cuestionario

El IRSE es un instrumento que facilita la auto-evaluación del estado de avance de la RSE en la empresa. Se apoya en un cuestionario que presenta las siguientes características:

- 1) Evalúa exclusivamente la existencia y el grado de sistematización de políticas, instrumentos y acciones relacionados con las PRÁCTICAS de RSE. No se utiliza para calificar el nivel o grado de profundidad con que se desarrollan esas prácticas, ya que esto es muy subjetivo y depende del concepto que cada persona tiene sobre la RSE.
- 2) El formulario incluye 100 PRÁCTICAS. Cada una de ellas se expresa mediante una oración.
- 3) Estas PRÁCTICAS se organizan en función de los stakeholders a los que están dirigidas. El cuestionario se divide en cuatro capítulos, cada uno de los cuales corresponde a diferentes grupos de stakeholders.
- 4) Las PRÁCTICAS se evalúan en función de la existencia de ACCIONES y/o de POLÍTICAS referidas a ellas. Las ACCIONES refieren a la **aplicación** de cada práctica (¿se aplican?). Las POLÍTICAS incluyen las **definiciones (criterios, normas)** sobre lo que hay que hacer y los **mecanismos** o herramientas para su puesta en práctica.
- 5) Para evaluar cada práctica, se utilizan seis categorías de respuesta. Cada categoría de respuesta constituye un NIVEL DE AVANCE superior al anterior. Esas categorías son:

A	No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLÍTICA.
B	Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLÍTICA que las incluya.
C	Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLÍTICA sobre el tema.
D	Tenemos una POLÍTICA y comenzamos a alinear las ACCIONES, para que sean consistentes con la misma.
E	Tenemos una POLÍTICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES.
F	Tenemos una POLÍTICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa.

2. Procedimiento para completar el cuestionario de evaluación.

Para el llenado del cuestionario se sugiere proceder de acuerdo con los siguientes pasos:

- 1º) Lea con cuidado la oración, procurando entender su correcto significado.
- 2º) Evoque lo que la empresa hace en relación a la práctica allí referida.
- 3º) Considere en términos de ACCIONES y POLÍTICAS lo que la empresa hace.

4º) Repase las categorías de respuesta, avanzando desde la que refiere a menor grado de aplicación (A) hasta la que indica el nivel máximo de aplicación (F).

5º) Seleccione la categoría que, a su juicio, representa mejor el estado de situación actual de la empresa en relación a la práctica considerada.

NO TODOS LOS INDICADORES APLICAN PARA TODAS LAS EMPRESA

Puede ocurrir que una determinada práctica no tenga sentido o no se adecue al tipo de empresa que está Ud. evaluando. En ese caso señale que la misma no aplica. Para ello, marque la opción **NA**.

No obstante ello, hay un conjunto de indicadores que aplican a TODAS las empresas. Esos indicadores tienen pintado en negro el casillero que corresponde al NA. En ellos, usted tiene que calificar obligatoriamente a su empresa.

En el caso de los indicadores que Ud. considera que no aplican en su empresa, le sugerimos que redacte una breve explicación de las razones por las que Ud. tiene esa opinión. Para ello cuenta con las hojas tituladas **COMENTARIOS Y ACLARACIONES**. Las mismas se encuentran a continuación de los indicadores de cada grupo de stakeholders. Esas notas serán de utilidad para la elaboración del feed-back que incluiremos en el informe que le entregaremos sobre su empresa.

3. Ejemplos

Observe la oración siguiente.

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...	A	B	C	D	E	F	NA
Alinear las definiciones de Visión, Misión y valores de la empresa con su enfoque de RSE.							

Supongamos que, luego de aplicar el procedimiento anterior, Ud. llega a la conclusión de que en su empresa se mantiene una vieja definición de visión y misión, que se siente la necesidad de revisarla para alinearla con el enfoque de RSE, pero que por ahora no es posible hacerlo. En este caso su respuesta debería ser la **C**.

En cambio, si ya se tiene previsto revisar esa definición, en ese caso su respuesta debería ser la **D**. Y, si Ud. considera que la definición de visión está alineada con el enfoque de RSE y que, además, esa definición se tiene en cuenta a la hora de diseñar las acciones que componen el plan estratégico, su respuesta debería ser el número **F**.

Observe ahora la siguiente oración.

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...	A	B	C	D	E	F	NA
Adoptar sistemas de producción sostenible							X

Si su empresa no hace un uso intensivo de la tierra, el agua, especies en estado salvaje, pesca, silvicultura, minería y otros recursos naturales no renovables, entonces marque en NA.

CUESTIONARIO

I. ACCIONISTAS

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...		A	B	C	D	E	F	NA
1	Alinear las definiciones de Visión, Misión y valores de la empresa con su enfoque de RSE.							
2	Lograr que todo el personal conozca esas definiciones y oriente su comportamiento en función de ellas.							
3	Contar con mecanismos de Gobierno Corporativo (normas, procedimientos, códigos, etc.) que protejan los intereses de los accionistas.							
4	Contar con mecanismos (normas, procedimientos, códigos, etc.) destinados a promover el comportamiento ético en los procesos de toma de decisiones y en la forma de relacionarse con actores internos y externos.							
5	Prever y resolver los eventuales conflictos de interés que puedan surgir.							
6	Informar en forma veraz y oportuna a los accionistas sobre la situación financiera y sus resultados económicos.							
7	Informar en forma veraz y oportuna a los accionistas sobre decisiones de importancia estratégica para la empresa, siempre que no afecte la confidencialidad necesaria.							
8	Evitar que se facilite información privilegiada que beneficie a unos accionistas con menoscabo de los intereses de otros.							
9	Evitar todo abuso de poder en búsqueda de ventajas particulares.							
10	Conocer la opinión de los accionistas.							
11	Asegurar los derechos de los accionistas minoritarios.							
12	Generar para los accionistas unos beneficios justos y acordes con las tendencias del mercado en el que opera la empresa.							
13	Impedir que las decisiones de la empresa pongan innecesariamente en riesgo la inversión (capital) de los accionistas.							
14	Desarrollar un sistema de gestión (planificación, decisiones de inversión, manejo de los costos, mejora de la calidad, gestión del riesgo, etc.) orientado a lograr la sostenibilidad de la empresa en el largo plazo.							

TRABAJADORES

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...		A	B	C	D	E	F	NA
1	Evitar que las personas sean discriminadas por su edad, género, raza, religión, discapacidad, ideología política, etc.							
2	Evitar el acoso moral, sexual, psicológico, ideológico y de cualquier otro tipo.							
3	Brindar garantías a los trabajadores que necesiten denunciar situaciones personales que consideran injustas.							
4	Formar a los trabajadores en los valores de la empresa.							
5	Informar a los trabajadores sobre asuntos relevantes y pertinentes que los afectan o que puedan afectarlos.							
6	Informar adecuadamente a los trabajadores sobre sus derechos y obligaciones.							
7	Controlar que los proveedores de personal subcontratado cumplan con la legislación laboral y respeten los derechos de sus trabajadores.							
8	Mantener un buen relacionamiento y un diálogo transparente con el sindicato que representa a sus trabajadores.							
9	Prevenir accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, más allá de las exigencias legales.							
10	Capacitar en seguridad y salud laboral a los trabajadores.							
11	Ofrecer la mayor estabilidad laboral posible a sus trabajadores.							
12	Promover y facilitar el entrenamiento, la capacitación y el desarrollo profesional de sus trabajadores en todos los niveles de la empresa.							
13	Brindar oportunidades de desarrollo de una carrera funcional dentro de la empresa.							
14	Evaluar el desempeño de los trabajadores.							
15	Reconocer y/o premiar el buen desempeño de los trabajadores.							
16	Promover el trabajo en equipo, la participación, el involucramiento y el sentido de pertenencia de los trabajadores.							
17	Evaluar la satisfacción de los trabajadores.							
18	Capacitar y/o reubicar a los trabajadores dentro de la empresa, cuando se introducen cambios tecnológicos u organizativos, a los efectos de minimizar los despidos u otros impactos negativos sobre ellos.							

II. TRABAJADORES (CONT)

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...		A	B	C	D	E	F	NA
19	Brindar apoyo a los trabajadores despedidos o con finalización de contrato, para que se puedan reinserir en el mercado laboral.							
20	Ayudar a los trabajadores con problemas de adicciones (alcohol, tabaquismo, drogas, etc.).							
21	Promover la vida saludable entre sus trabajadores.							
22	Facilitar el adecuado balance entre vida laboral y familiar de sus trabajadores.							
23	Promover un adecuado clima laboral y de relación dentro de la empresa.							
24	Brindar facilidades y beneficios adicionales a los establecidos en la ley para los casos de embarazo y maternidad.							
25	Ofrecer al personal subcontratado algunos beneficios y/o capacitación similares a los que tienen los trabajadores de la empresa.							
26	Pagar remuneraciones por encima de los mínimos legales.							
27	Hacer participar a los trabajadores de las utilidades de la empresa.							
28	Brindar beneficios en materia de salud, educación o acceso a la vivienda.							
29	Tratar de evitar que las reducciones de costos se realicen por la vía de despidos y suspensiones.							

III. PROVEEDORES,

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...		A	B	C	D	E	F	NA
1	Actuar en forma ética y transparente en los procesos de contratación con proveedores.							
2	Mantener una comunicación permanente y de doble vía con sus proveedores.							
3	Privilegiar la contratación de empresas que actúan en forma ética y socialmente responsable.							
4	Prohibir y sancionar los sobornos en sus distintas formas.							
5	Relevar en forma sistemática las necesidades de los proveedores.							
6	Verificar periódicamente los niveles de satisfacción de los proveedores.							
7	Escuchar y atender las reclamaciones y quejas de los proveedores.							
8	Negociar con proveedores, procurando alcanzar acuerdos estables y de beneficio mutuo.							
9	Fomentar las capacidades empresariales de sus proveedores.							
10	Asegurar el trato justo y respetuoso a sus proveedores							
11	Conciliar los diferendos con proveedores.							

IV. CLIENTES¹ Y CONSUMIDORES

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...		A	B	C	D	E	F	NA
1	Informar en forma clara y veraz las prestaciones y calidad reales de sus productos y servicios.							
2	Informar en forma clara y veraz los precios, especificaciones y condiciones contractuales de sus productos y servicios.							
3	Actuar en forma ética y transparente en los procesos de venta con clientes.							
4	Asegurar que la publicidad y demás comunicaciones de marketing se basen en información verdadera y sean respetuosos de los valores y costumbres del país.							
5	Mantener una comunicación permanente y de doble vía con sus clientes y consumidores.							
6	Consultar a los clientes antes de agregarles gastos como seguros, costos de envío, servicios adicionales, etc.							
7	Asegurar el manejo responsable y confidencial de la información sobre los clientes.							
8	Ofrecer productos seguros, con riesgo mínimo para la salud y seguridad de clientes y consumidores.							
9	Proveer la información necesaria sobre seguridad y salubridad de sus productos y servicios, así como sobre su uso adecuado.							
10	Relevar en forma sistemática las necesidades de los clientes y consumidores.							
11	Verificar periódicamente los niveles de satisfacción de los clientes y consumidores.							
12	Escuchar y atender las reclamaciones y quejas de los clientes y consumidores.							
13	Negociar con clientes, procurando alcanzar acuerdos estables y de beneficio mutuo.							
14	Asegurar el trato justo y respetuoso a sus clientes.							
15	Conciliar los diferendos con clientes.							
16	Fijar los precios en forma justa y no abusiva.							
17	Garantizar la adecuación entre calidad y precio de sus productos o servicios.							
18	Compensar en forma adecuada a sus clientes y consumidores, en caso de cometer errores, o de suministrar productos o servicios defectuosos.							

¹ CLIENTES incluye a: 1) los clientes directos de empresas comerciales y de servicios y 2) los distribuidores de empresas que producen y comercializan productos.

V. COMPETIDORES

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...		A	B	C	D	E	F	NA
1	Prohibir y sancionar los sobornos en sus distintas formas.							
2	Promover la competencia leal.							
3	Impulsar, junto a otras empresas, la difusión de prácticas transparentes y honestas en su sector.							
4	Participar en acuerdos de cooperación y colaboración con los competidores, para mayor transparencia de los mercados.							

VI. COMUNIDAD

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...		A	B	C	D	E	F	NA
1	Identificar los impactos sociales (positivos y negativos) de sus decisiones.							
2	Respetar la forma de vida, la salud y los bienes comunes de los vecinos residentes en las localidades donde están ubicadas sus instalaciones.							
3	Conocer los problemas y/o necesidades sociales de la comunidad en la que opera, como insumo para sus acciones sociales.							
4	Diseñar e implementar acciones orientadas a ayudar a resolver sus problemas y/o necesidades sociales.							
5	Mantener relaciones estables de colaboración con las organizaciones de la sociedad civil o del Estado, dedicadas a satisfacer esas necesidades y/o resolver esos problemas sociales.							
6	Fomentar la participación activa de sus directivos y empleados en organizaciones de la sociedad civil.							
7	Evaluar los impactos de sus acciones sociales sobre la población-objetivo.							
8	Promover la contratación de personas con dificultades para la inclusión laboral: jóvenes, personas con discapacidad, personas con vulnerabilidad social, etc.							
9	Promover la compra de bienes o la contratación de servicios a emprendimientos de personas de bajos recursos (negocios inclusivos).							
10	Apoyar las actividades de investigación de universidades y otras instituciones, destinadas a producir conocimientos que contribuyen al desarrollo económico, social o cultural del país.							
11	Involucrar a los trabajadores en las acciones sociales de la empresa.							

VII. ESTADO

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...		A	B	C	D	E	F	NA
1	Promover, entre todos sus integrantes, el conocimiento y respeto de la normativa legal vigente.							
2	Fomentar el comportamiento ético de todos sus integrantes, en las relaciones con el Estado (contrataciones, autorizaciones, permisos, etc.).							
3	Asegurarse de que sus proveedores, distribuidores y aliados estratégicos cumplen con las leyes y normas vigentes.							
4	Colaborar con proyectos sociales y/o de desarrollo impulsados por el Estado.							

VIII. MEDIOAMBIENTE

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...		A	B	C	D	E	F	NA
1	Evaluar, monitorear y controlar el impacto ambiental de su actividad productiva y comercial.							
2	Reducir los impactos contaminantes de su actividad productiva y comercial.							
3	Minimizar el uso de productos tóxicos y peligrosos para la salud humana y animal.							
4	Implementar medidas de prevención, tendientes a evitar accidentes con efectos contaminantes y/o peligrosos para la salud humana y animal.							
5	Brindar información en forma clara y veraz sobre los impactos ambientales negativos de su actividad productiva y sobre el uso de productos tóxicos y peligrosos para la salud humana y animal.							
6	Reparar y compensar por los impactos ambientales negativos de su actividad productiva y comercial.							
7	Gestionar en forma responsable el destino final de los residuos que genera (desde residuos industriales, hasta residuos de oficina, como papel, equipos informáticos, etc.).							
8	Minimizar los efectos contaminantes de sus equipos y vehículos.							
9	Minimizar el uso de energía, particularmente aquella que se basa en el uso de recursos no renovables.							
10	Hacer un uso eficiente de insumos, materias primas, provenientes de actividades productivas negativas para el medioambiente (plástico, plomo, etc).							
11	Utilizar materiales reciclados, reciclables y/o reutilizar el agua lo máximo posible.							
12	Adoptar sistemas de producción sostenible. ²							
13	Desarrollar productos (bienes o servicios) amigables con el medioambiente.							
14	Promover el consumo responsable de sus productos (bienes o servicios).							
15	Seleccionar proveedores que demuestran un comportamiento ambiental responsable.							
16	Impulsar, junto a otras empresas, la difusión de buenas prácticas en materia de gestión ambiental.							
17	Impulsar e implementar acciones educativas dirigidas a sus trabajadores, consumidores, estudiantes y otros colectivos, tendientes a fomentar su responsabilidad ambiental.							
18	Apoyar iniciativas impulsadas por otros actores institucionales (organizaciones de la sociedad civil, organismos del Estado, empresas, etc.) tendientes a la protección del medioambiente.							

² Este indicador se aplica a empresas que, en sus procesos productivos, hacen un uso intensivo de la tierra, agua, especies en estado salvaje, pesca, silvicultura, minería y otros recursos naturales no renovables.