

ACDE

ASOCIACION CRISTIANA
DE DIRIGENTES DE EMPRESA

17^a edición

IRSE

INDICADORES DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIA

Con el respaldo de



Universidad
Católica del
Uruguay



Promueve

**DE
RES**

EMPRESAS
POR EL
DESARROLLO
SOSTENIBLE

Auspician



Cámara de Comercio e Industria
Uruguayo-Alemana
Deutsch-Uruguayische
Industrie- und Handelskammer



Lo hacemos posible.

**Cámara
española**



Cámara de Comercio
Uruguay - Estados Unidos

Creando oportunidades de negocios

PRESENTACIÓN

La Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas a continuación ofrece a las organizaciones y empresas la 17a. edición de los Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria, con el propósito de colaborar a que estas visualicen y evalúen los impactos que sus actividades tienen en los diferentes grupos de interés con que se relacionan.

Aspiramos a que los IRSE se constituyan en la herramienta de gestión para la toma de decisiones estratégicas teniendo en cuenta la responsabilidad social. Adicionalmente esperamos que permitan generar un espacio de reflexión para revisar decisiones y proyectar el impacto en la calidad de vida de las personas, aportando valor a la sociedad y cuidando "nuestra casa común". En ACDE estamos convencidos que en el mediano plazo, la responsabilidad social también influye positivamente en la supervivencia y rentabilidad de las organizaciones.

Como siempre, la información brindada de la autoevaluación de su organización será tratada para garantizar la absoluta confidencialidad. Una vez nos sea enviado el formulario será procesado para que los técnicos de la Universidad Católica analicen los datos a fin de brindar, en una ceremonia hacia fines de año, un informe particular a cada empresa y otro general, como insumos para procesos de mejora de gestión.

Por último, queremos comunicarles que si bien esta herramienta ha estado en permanente revisión y actualización por parte de la comisión de RSE de ACDE y de técnicos de la Universidad Católica del Uruguay (gracias a un trabajo de voluntariado, riguroso en el cuidado y la calidad técnica e innovador), esperamos poder brindarles para el año próximo una versión renovada, para facilitar la reflexión y toma de decisiones, dotarles de mayor autonomía y poder ofrecer apoyos adicionales.

Esperando encontrarles en la ceremonia de entrega de los informes y la presentación general les saluda muy atentamente

Ing. Guillermo Garrone
Presidente de ACDE

Ing. Agr. Diego Saavedra
Vicepresidente de ACDE

INTRODUCCIÓN

Como se expresó anteriormente, los Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria son un instrumento que facilita la autoevaluación sobre el nivel de incorporación de la Responsabilidad Social en la gestión de las empresas. Analiza la existencia y sistematización de prácticas aplicadas de RSE, referenciadas por los distintos grupos de interés⁵. El nivel y profundidad de las prácticas lo califica cada empresa, cotejando sus impactos⁶ y su materialidad⁷.

El documento que presentamos a continuación abarca once capítulos que contienen información general sobre la empresa, 107 indicadores agrupados por grupos de interés, un glosario de referencia y una breve reseña explicativa de los Objetivos de Desarrollo Sostenible:

1. Información general sobre la Empresa
2. Gobernanza⁸
3. Trabajadores
4. Proveedores
5. Clientes y Consumidores
6. Competidores
7. Medio Ambiente
8. Comunidad
9. Estado
10. Glosario
11. Anexo explicativo: ODS

Del Capítulo 2 al 9, se definen prácticas o acciones a través de enunciados, que ustedes deben categorizar en alguna de las siguientes opciones de respuestas:

A	No realizamos ACCIONES ⁹ .
B	Realizamos ACCIONES aisladas, pero no están integradas a una POLÍTICA ¹⁰ .
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, que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA Y CULTURA ¹¹ de la empresa.

En algunos casos también existe la opción de N/A (No aplica). Ver sugerencias para completar el formulario, planteadas a continuación.

5 - Grupos de interés - Individuo o grupo que tiene interés en cualquier decisión o actividad de la organización. Ver glosario.

6 - Impactos - Consecuencias positivas o negativas de las decisiones y actividades de la empresa. Ver glosario.

7 - Materialidad - Se refiere a los aspectos relevantes de la interrelación de la empresa con sus grupos de interés. Ver glosario.

8 - Gobernanza - Aspectos relacionados con los Accionistas, inversores y forma de Gobierno Corporativo. Ver glosario.

9 - Acciones - se refiere a todo lo que hacemos relacionado a la aplicación de cada indicador. Ver glosario.

10 - Políticas - incluye las definiciones, criterios, normas, sobre lo que hay que hacer y de cómo llevarlas a cabo en la organización. Ver glosario.

11 - Estrategia - curso de acción definido para asegurar el logro de los objetivos de la empresa. Cultura - formas compartidas de pensar, sentir y actuar en la empresa. Ver glosario.

SUGERENCIAS PARA POTENCIAR LA UTILIDAD DEL IRSE

Recomendamos completar el cuestionario, con la participación de personas con diferentes funciones y de diversos sectores de la organización, a fin de posibilitar el intercambio que recoja múltiples visiones y aspectos de la realidad de su empresa, lo que enriquece el análisis.

- Lean atentamente el enunciado, para comprender el completo significado del mismo.
- Evoquen y anoten lo que la empresa hace en relación a la práctica allí referida.
- Consideren lo que realizan en términos de Acciones y Políticas (ver glosario) y califique de la “A” a la “F” de acuerdo al cuadro de la página anterior.
- Verifiquen todas las actividades que se desarrollan en la empresa orientadas a los distintos grupos de interés, ya que muchas veces no somos conscientes de cuánto estamos contribuyendo a la transparencia, al cuidado del medio ambiente y al buen relacionamiento con esos grupos.
- Tengan presente que pueden existir prácticas en las cuales la empresa considera no oportuno trabajar, ya sea porque no está relacionada con su negocio, no genera un impacto importante al respecto, etc., por lo cual pueden calificar como “A”, sin que eso represente algo perjudicial en su evaluación. Focalizar sus acciones en determinados aspectos genera mayores resultados.
- Si consideran que algún indicador no aplica a veces a su contexto, marquen esa opción (N/A). No obstante, hay indicadores que no tienen esta opción por lo que aplican a todas las empresas.

Recuerden que desde ACDE, a través de la Comisión de RSE, estamos a las órdenes para aclarar dudas y contribuir a mejorar la aplicación de los Indicadores. De la misma formales solicitamos que, si al llenar el formulario les surge algún comentario o sugerencia para mejorarlo, nos lo hagan llegar para seguir trabajando juntos en optimizar sus beneficios.

1 - INFORMACIÓN GENERAL

Empresa N°

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

TIPO DE EMPRESA

- Privada
- Estatal
- Pública de Derecho Privado
- Cooperativa
- Asociación Civil

ORIGEN DE CAPITAL

- Nacional
- Internacional
- Mixto (Nacional+Internacional)

NÚMERO DE INTEGRANTES

(trabajadores, gerentes, directores, etc.)

- 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

GIRO

- Agronegocios
- Industria manufacturera
- Energía, gas y agua
- Construcción/Actividad inmobiliaria
- Comercio
- Servicios financieros
- Medios de comunicación/Publicidad
- Transporte y logística
- Salud
- Educación
- Otros servicios

MERCADO EN EL QUE OPERA

- Exterior
- Todo el Uruguay
- Montevideo
- Todo el interior
- Localidad o región del Interior

1 - INFORMACIÓN GENERAL

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

IMPORTANCIA RELATIVA DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

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

STAKEHOLDER	ORDEN IMPORTANCIA
Accionista/Inversores/Socios	
Clientes/Consumidores	
Competidores	
Comunidad	
Estado	
Medioambiente	
Proveedores/Distribuidores	
Trabajadores	

2 - GOBERNANZA

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...

	A	B	C	D	E	F	N/A
1. Alinear las definiciones de Visión, Misión y valores de la empresa con su enfoque de RSE.	<input type="radio"/>						
2. Lograr que todo el personal conozca esas definiciones y oriente su comportamiento en función de ellas.	<input type="radio"/>						
3. Contar con mecanismos de Gobierno Corporativo (normas, procedimientos, códigos, etc.) que protejan los intereses de los accionistas.	<input type="radio"/>						
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.	<input type="radio"/>						
5. Prever y resolver los eventuales conflictos de interés que puedan surgir.	<input type="radio"/>						
6. Informar en forma veraz y oportuna a los accionistas sobre la situación financiera y sus resultados económicos.	<input type="radio"/>						
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.	<input type="radio"/>						
8. Evitar que se facilite información privilegiada que beneficie a unos accionistas con menoscabo de los intereses de otros.	<input type="radio"/>						
9. Evitar todo abuso de poder en búsqueda de ventajas particulares.	<input type="radio"/>						
10. Conocer la opinión de los accionistas.	<input type="radio"/>						
11. Asegurar los derechos de los accionistas minoritarios.	<input type="radio"/>						
12. Generar para los accionistas unos beneficios justos y acordes con las tendencias del mercado en el que opera la empresa.	<input type="radio"/>						
13. Impedir que las decisiones de la empresa pongan innecesariamente en riesgo la inversión (capital) de los accionistas.	<input type="radio"/>						
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.	<input type="radio"/>						

3 - TRABAJADORES

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...

	A	B	C	D	E	F	N/A
1. Evitar que las personas sean discriminadas por su edad, género, raza, religión, discapacidad, ideología política, etc.	<input type="radio"/>						
2. Evitar el acoso moral, sexual, psicológico, ideológico y de cualquier otro tipo.	<input type="radio"/>						
3. Brindar garantías a los trabajadores que necesiten denunciar situaciones personales que consideran injustas.	<input type="radio"/>						
4. Formar a los trabajadores en los valores de la empresa.	<input type="radio"/>						
5. Informar a los trabajadores sobre asuntos relevantes y pertinentes que los afectan o que puedan afectarlos.	<input type="radio"/>						
6. Informar adecuadamente a los trabajadores sobre sus derechos y obligaciones.	<input type="radio"/>						
7. Controlar que los proveedores de personal subcontratado cumplan con la legislación laboral y respeten los derechos de sus trabajadores.	<input type="radio"/>						
8. Mantener un buen relacionamiento y un diálogo transparente con el sindicato que representa a sus trabajadores.	<input type="radio"/>						
9. Prevenir accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.	<input type="radio"/>						
10. Capacitar en seguridad y salud laboral a los trabajadores.	<input type="radio"/>						
11. Ofrecer la mayor estabilidad laboral posible a sus trabajadores.	<input type="radio"/>						
12. Promover y facilitar el entrenamiento, la capacitación y el desarrollo profesional de sus trabajadores en todos los niveles de la empresa.	<input type="radio"/>						
13. Brindar oportunidades de desarrollo de una carrera funcional dentro de la empresa.	<input type="radio"/>						
14. Evaluar el desempeño de los trabajadores.	<input type="radio"/>						
15. Reconocer y/o premiar el buen desempeño de los trabajadores.	<input type="radio"/>						
16. Promover el trabajo en equipo, la participación, el involucramiento y el sentido de pertenencia de los trabajadores.	<input type="radio"/>						
17. Evaluar la satisfacción de los trabajadores.	<input type="radio"/>						

3 - TRABAJADORES

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...

A B C D E F N/A

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.

19. Brindar apoyo a los trabajadores despedidos o con finalización de contrato, para que se puedan reinsertar en el mercado laboral.

20. Ayudar a los trabajadores con problemas de adicciones (alcohol, tabaquismo, drogas, etc.)

21. Promover la vida saludable entre sustrabajadores.

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. Brindar beneficios en materia de salud, educación o acceso a la vivienda.

27. Tratar de evitar que las reducciones de costos se realicen por la vía de despidos y suspensiones.

4 - PROVEEDORES

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...

1. Actuar en forma ética y transparente en los procesos de contratación con proveedores.

A B C D E F

2. Mantener una comunicación permanente y de doble vía con sus proveedores.

A B C D E F

3. Privilegiar la contratación de empresas que actúan en forma ética y socialmente responsable.

A B C D E F N/A

4. Prohibir y sancionar los sobornos en sus distintas formas.

A B C D E F

5. Relevar en forma sistemática las necesidades de los proveedores.

A B C D E F

6. Verificar periódicamente los niveles de satisfacción de los proveedores.

A B C D E F

7. Escuchar y atender las reclamaciones y quejas de los proveedores.

A B C D E F

8. Negociar con proveedores, procurando alcanzar acuerdos estables y de beneficio mutuo.

A B C D E F

9. Fomentar las capacidades empresariales de sus proveedores.

A B C D E F N/A

10. Asegurar el trato justo y respetuoso a sus proveedores

A B C D E F

11. Conciliar los diferendos con proveedores.

A B C D E F

5 - CLIENTES Y CONSUMIDORES

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...

	A	B	C	D	E	F	N/A
1. Informar en forma clara y veraz las prestaciones y calidad reales de sus productos y servicios.	<input type="radio"/>						
2. Informar en forma clara y veraz los precios, especificaciones y condiciones contractuales de sus productos y servicios.	<input type="radio"/>						
3. Actuar en forma ética y transparente en los procesos de venta con clientes.	<input type="radio"/>						
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.	<input type="radio"/>						
5. Mantener una comunicación permanente y de doble vía con sus clientes y consumidores.	<input type="radio"/>						
6. Consultar a los clientes antes de agregarles gastos como seguros, costos de envío, servicios adicionales, etc.	<input type="radio"/>						
7. Asegurar el manejo responsable y confidencial de la información sobre los clientes.	<input type="radio"/>						
8. Ofrecer productos/servicios seguros, priorizando la salud y seguridad.	<input type="radio"/>						
9. Proveer la información necesaria sobre seguridad y salubridad de sus productos y servicios, así como sobre su uso adecuado.	<input type="radio"/>						
10. Relevar en forma sistemática las necesidades de los clientes y consumidores.	<input type="radio"/>						
11. Verificar periódicamente los niveles de satisfacción de los clientes y consumidores.	<input type="radio"/>						
12. Escuchar y atender las reclamaciones y quejas de los clientes y consumidores.	<input type="radio"/>						
13. Negociar con clientes, procurando alcanzar acuerdos estables y de beneficio mutuo.	<input type="radio"/>						
14. Asegurar el trato justo y respetuoso a sus clientes.	<input type="radio"/>						
15. Conciliar los diferendos con clientes.	<input type="radio"/>						
16. Fijar los precios en forma justa y no abusiva.	<input type="radio"/>						
17. Garantizar la adecuación entre calidad y precio de sus productos o servicios.	<input type="radio"/>						
18. Compensar en forma adecuada a sus clientes y consumidores, en caso de cometer errores, o de suministrar productos o servicios defectuosos.	<input type="radio"/>						

6 - COMPETIDORES

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...

1. Prohibir y sancionar los sobornos en sus distintas formas.

A B C D E F

2. Promover la competencia leal.

A B C D E F

3. Impulsar, junto a otras empresas, la difusión de prácticas transparentes y honestas en su sector.

A B C D E F N/A

4. Participar en acuerdos de cooperación y colaboración con los competidores, para mayor transparencia de los mercados.

A B C D E F N/A

7 - COMUNIDAD

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...

A B C D E F N/A

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 a. opera, como insumo para sus acciones sociales.

4. Diseñar e implementar acciones orientadas a ayudar a resolver sus a. 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 en situación de vulnerabilidad social, etc.

9. Promover la compra de bienes o servicios a emprendimientos de personas en situación de vulnerabilidad.

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.

8 - ESTADO

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...

1. Promover, entre todos sus integrantes, el conocimiento y respeto de la normativa legal vigente.

A B C D E F N/A

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 i. Estado.

9 - MEDIOAMBIENTE

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...

1. Evaluar, monitorear y controlar el impacto ambiental de su actividad productiva y comercial.

A B C D E F

2. Reducir los impactos contaminantes de su actividad productiva y comercial.

A B C D E F

3. Minimizar el uso de productos tóxicos y peligrosos para la salud humana y animal.

A B C D E F

4. Implementar medidas de prevención, tendientes a evitar accidentes con efectos contaminantes y/o peligrosos para la salud humana y animal.

A B C D E F

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.

A B C D E F

6. Reparar y compensar por los impactos ambientales negativos de su actividad productiva y comercial.

A B C D E F

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.).

A B C D E F

8. Minimizar los efectos contaminantes de sus equipos y vehículos.

A B C D E F

9. Minimizar el uso de energía, particularmente aquella que se basa en el uso de recursos no renovables.

A B C D E F

10. Hacer un uso eficiente de insumos, materias primas, provenientes de actividades productivas negativas para el medioambiente (plástico, plomo, etc).

A B C D E F

11. Utilizar materiales reciclados, reciclables y/o reutilizar el agua lo máximo posible.

A B C D E F

12. Adoptar sistemas de producción sostenible¹².

A B C D E F N/A

13. Desarrollar productos (bienes o servicios) amigables con el medioambiente.

A B C D E F

¹² 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.

9 - MEDIOAMBIENTE

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...

14. Promover el consumo responsable de sus productos (bienes o servicios).

A	B	C	D	E	F	N/A
<input type="radio"/>						

15. Seleccionar proveedores que demuestran un comportamiento ambiental responsable.

<input type="radio"/>						
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

16. Impulsar, junto a otras empresas, la difusión de buenas prácticas en materia de gestión ambiental.

<input type="radio"/>						
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

17. Impulsar e implementar acciones educativas dirigidas a sus trabajadores, consumidores, estudiantes y otros colectivos, tendientes a fomentar su responsabilidad ambiental.

<input type="radio"/>						
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

18. Apoyar iniciativas impulsadas por otros actores institucionales (organizaciones de la sociedad civil, organismos del Estado, empresas, etc.) tendientes a la protección del medio ambiente.

<input type="radio"/>						
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

10 - GLOSARIO

ACCIONES

Nos referimos a la utilización de recursos humanos, técnicos o financieros, para minimizar impactos negativos y maximizar los positivos, producidos por las operaciones de una empresa sobre sus Grupos de interés. Estas acciones pueden ser aisladas o estar enmarcadas en un programa.

CLIENTE

Organización o miembro individual del público general que compra propiedad, productos o servicios para propósitos comerciales, privados o públicos. UNIT- ISO26000 - 2.3. Se considera el consumidor final o los intermediarios según el sistema de comercialización de cada empresa.

<http://www.unit.org.uy/normalizacion/sistema/26000/>

CONSUMIDOR

Miembro individual del público general que compra o utiliza propiedad, productos o servicios para propósitos privados. UNIT-ISO 26000 - 2.2

<http://www.unit.org.uy/normalizacion/sistema/26000/>

CULTURA EMPRESARIAL

Nos referimos al conjunto de formas de actuar, de sentir y de pensar que se comparten entre los miembros de la organización y son los que identifican a la empresa ante los clientes, proveedores y todos los que conocen de su existencia. Son sus normas, sus valores, sus hábitos.

DEBIDA DILIGENCIA

Proceso exhaustivo y proactivo para identificar los impactos negativos reales y potenciales de carácter social, ambiental y económico de las decisiones y actividades de una organización a lo largo del ciclo de vida completo de un proyecto o de una actividad de la organización, con el objetivo de evitar y mitigar dichos impactos negativos. UNIT-ISO 26000 2.4

<http://www.unit.org.uy/normalizacion/sistema/26000/>

DESARROLLO SOSTENIBLE

Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. UNIT-ISO 26000 - 2.2

<http://www.unit.org.uy/normalizacion/sistema/26000/>

ESFERA DE INFLUENCIA

Ámbito - alcance de una relación política, contractual, económica o de otra índole, a través de la cual una organización tiene la capacidad de afectar las decisiones o actividades de individuos u organizaciones. UNIT - ISO 26000 - 2.19

<http://www.unit.org.uy/normalizacion/sistema/26000/>

ESTRATEGIA

Forma en la que la empresa o institución, en interacción con su entorno, despliega sus principales recursos y esfuerzos para alcanzar sus objetivos. Curso de acción conscientemente deseado y determinado de forma anticipada, con la finalidad de asegurar el logro de sus objetivos.

Es la búsqueda deliberada de un plan de acción que una organización realiza para crear y mantener ventajas competitivas. Se entiende por ventaja competitiva a una característica diferencial que una compañía tiene respecto a otras compañías competidoras que le confiere la capacidad para alcanzar unos rendimientos superiores a ellas, de manera sostenible en el tiempo.

GOBERNANZA

Sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones con el fin de lograr sus objetivos. UNIT- ISO 2600 - 2.13

<http://www.unit.org.uy/normalizacion/sistema/26000/>

GRUPO DE INTERÉS / PARTES INTERESADAS

Individuo o grupo que tiene interés en cualquier decisión o actividad de la organización.

UNIT ISO 26000 - 2.20

INVOLUCRAMIENTO CON LAS PARTES INTERESADAS

Actividad llevada a cabo para crear oportunidades de diálogo entre una organización y una o más de sus partes interesadas con el objetivo de proporcionar una base fundamental para las decisiones de la organización. UNIT-ISO 26000- 2.21.

<http://www.unit.org.uy/normalizacion/sistema/26000/>

10 - GLOSARIO

GRUPO VULNERABLE

Grupo de individuos que comparten una o varias características que son la base de discriminación o circunstancias adversas en el ámbito social, económico, cultural, político o de salud, y que les causan una carencia de medios para alcanzar sus derechos o disfrutar de las mismas oportunidades que los demás. UNIT-ISO 2600 - 2.26

<http://www.unit.org.uy/normalizacion/sistema/26000/>

IMPACTO

Cambio positivo o negativo que se genera en la sociedad, la economía o el medio ambiente, producido, en su totalidad o parcialmente, como consecuencia de las decisiones y actividades pasadas y presentes de una organización.

UNIT ISO 26000 - 2.9

<http://www.unit.org.uy/normalizacion/sistema/26000/>

MATERIALIDAD

Son temas “materiales” aquellos que podrían considerarse importantes para reflejar los impactos económicos, medioambientales y sociales o la influencia en las evaluaciones y decisiones de las partes interesadas. (Global Reporting Initiative - GRI). Se refiere los aspectos relevantes de la interrelación de la empresa con sus grupos de interés.

MEDIOAMBIENTE

Entorno natural en el cual una organización opera, incluyendo el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos, el espacio exterior y sus interrelaciones.

UNIT- ISO 26000 - 2.6

<http://www.unit.org.uy/normalizacion/sistema/26000/>

ORGANIZACIÓN

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

UNIT- ISO 2600 - 2.12

<http://www.unit.org.uy/normalizacion/sistema/26000/>

POLÍTICA

Es la orientación o directriz divulgada, entendida y acatada por todos los miembros de la organización,

en ella se contemplan las normas y responsabilidades de cada área de la organización.

Si bien es recomendable que las mismas estén plasmadas en documentos específicos (ejemplos: Declaración de política empresarial; Declaración de Misión, Visión, Principios y valores; Código de ética; Reglamento Interno), no todas las organizaciones así lo plasman, pero sí responden a parámetros consensuados y conocidos por todos. Lo importante es que exista un criterio definido, que sea conocido y tenido en cuenta por todos los miembros de la organización en la toma de decisiones.

PRÁCTICA

Es un concepto con varios usos y significados. En nuestro caso definimos como práctica, la acción que se desarrolla con el fin de minimizar los impactos que la empresa genera sobre sus diferentes Grupos de Interés o beneficiando a los mismos con la divulgación de conocimientos o posibilidades que esa empresa tiene.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades (productos, servicios y procesos) ocasionan en la sociedad y el medio ambiente mediante un comportamiento ético y transparente, que contribuya al desarrollo sostenible (...) tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas (...) cumpla con la legislación (...) esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en todas sus relaciones. UNIT- ISO 26000 - 2.18

<http://www.unit.org.uy/normalizacion/sistema/26000/>

TRABAJADOR

Persona que desempeña un trabajo, ya sea un empleado (2.5) o alguien que trabaja por cuenta propia. UNIT - ISO 26000 - 2.27

<http://www.unit.org.uy/normalizacion/sistema/26000/>

TRANSPARENCIA

Apertura respecto a las decisiones y actividades que afectan a la sociedad, la economía y el medio ambiente (2.6), y voluntad de comunicarlas de manera clara, exacta, oportuna, honesta y completa. UNIT - ISO 26000 - 2.24

<http://www.unit.org.uy/normalizacion/sistema/26000/>

11 - ANEXO EXPLICATIVO: ODS



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

17 OBJETIVOS PARA TRANSFORMAR NUESTRO MUNDO

“Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible son nuestra visión compartida de la humanidad y un contrato social entre los líderes del mundo y las personas” dijo el Secretario General de las Naciones Unidas, Ban Ki-moon. “Son una lista de cosas que hacer en beneficio de las personas y el planeta y un plan para el éxito”.

Hacer realidad esta visión es responsabilidad principalmente de los países, pero también requerirá nuevas alianzas y solidaridad internacional. Todo el mundo tiene interés en ello y todo el mundo tiene una contribución que hacer.

¿QUÉ ES EL DESARROLLO SOSTENIBLE?

Se ha definido el desarrollo sostenible como un desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones venideras para cubrir sus propias necesidades. El desarrollo sostenible exige que se realicen esfuerzos concertados para construir un futuro inclusivo, sostenible y resiliente para las personas y el planeta.

Para lograr el desarrollo sostenible, es crucial armonizar tres elementos centrales, a saber: crecimiento económico, inclusión social y protección del medio ambiente. Estos elementos están interrelacionados y todos ellos son fundamentales para el bienestar de las personas y las sociedades.

¿QUÉ SON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE?

Los 193 Estados Miembros de las Naciones Unidas aprobaron oficialmente una nueva agenda de desarrollo sostenible titulada “Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” en la Cumbre sobre Desarrollo Sostenible celebrada en la Sede de las Naciones Unidas en Nueva York en septiembre de 2015. Dicha agenda contiene 17 Objetivos y 169 metas.

La lista completa de Objetivos y metas puede consultarse en:
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

Los ODS son el resultado de un proceso participativo transparente que ha durado tres años y ha tenido en cuenta las opiniones de todas las partes interesadas y la población. Constituyen un acuerdo sin precedentes entre los 193 Estados Miembros en relación con las prioridades de desarrollo sostenible. En todo el mundo han recibido el apoyo de la sociedad civil, las empresas, los parlamentarios y otros agentes.

En Uruguay, el estado, las empresas y organizaciones de la sociedad civil han intervenido en el proceso de negociaciones para la nueva agenda de desarrollo sostenible, implementado por el Poder Ejecutivo a través del “Diálogo Social”.

Uruguay, es uno de los Estados Miembros de las Naciones Unidas y se ha propuesto como país piloto para el seguimiento de la implementación de los ODS para lo cual ya presentó su primer Informe Nacional Voluntario (julio 2017, Foro Político de Alto Nivel sobre el Desarrollo Sostenible (FPAN), Nueva York).

11 - ANEXO EXPLICATIVO: ODS

¿QUÉ ELEMENTOS TEMÁTICOS ESTÁN CONSIDERADOS EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE?

Los Objetivos y las metas estimularán en los próximos años las medidas relativas a esferas de suma importancia: las personas, el planeta, la prosperidad, la paz y las alianzas.

1. Las personas, para acabar con la pobreza y el hambre, en todas sus formas y dimensiones, y garantizar que todos los seres humanos puedan desarrollar su potencial con dignidad, en condiciones de igualdad y en un entorno saludable. (ODS 1, 2, 3, 4 y 5)
2. El planeta, para proteger el planeta de la degradación, incluso a través del consumo y la producción sostenibles, gestionando de forma sostenible sus recursos naturales y adoptando medidas urgentes en relación con el cambio climático, de modo que apoye las necesidades de las generaciones presentes y futuras. (ODS 6, 7, 13, 14 y 15)
3. La prosperidad, para que todos los seres humanos disfruten de vidas prósperas y gratificantes y para que el progreso económico, social y tecnológico se produzca en armonía con la naturaleza. (ODS 8, 9, 10, 11 y 12)
4. La paz, para fomentar sociedades pacíficas, justas e inclusivas en las que no haya miedo ni violencia. El desarrollo sostenible no puede ocurrir si no hay paz, y la paz no puede darse sin el desarrollo sostenible. (ODS 16)
5. Las alianzas, para movilizar los medios necesarios para ejecutar esta agenda mediante una Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible revitalizada que se base en un espíritu de mayor solidaridad global, preste especial atención a las necesidades de las personas más pobres y vulnerables, y cuente con la participación de todos los países, todas las partes interesadas y todas las personas. (ODS 17)

¿CUÁNDO COMENZARÁN Y TERMINARÁN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE?

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) comenzaron el 1 de enero de 2016 y está previsto alcanzarlos el 31 de diciembre de 2030. Sin embargo, se espera lograr antes algunas metas que parten de acuerdos internacionales preestablecidos.

