

interrupción*

QUIÉNES SOMOS

- **El Centro para La Responsabilidad Social** es una organización que trabaja en la elaboración e implementación de herramientas para promover en la Argentina el concepto de Responsabilidad Social, ligado a la **Gestión Empresaria**, el consumo y la participación ciudadana.

Surge a comienzos del año 2002, como parte del **Grupo Interrupción**.

EL CENTRO Y EL GRUPO INTERRUPCIÓN

- El **Grupo Interrupción** es una organización que promueve el concepto de la **Responsabilidad Social** a través del desarrollo y la implementación de programas y proyectos que ligan la esfera de lo productivo/comercial, social, cultural y político como alternativa de desarrollo social en la Argentina, en este sentido, es la búsqueda de una nueva institución y un nuevo lenguaje.

- **MISIÓN Y VISIÓN**



MISIÓN

- Desarrolla, implementa y promueve herramientas concretas para expandir en Argentina el concepto de **Responsabilidad Social** asociada a la Participación Cívica, al Consumo y la Gestión Empresarial.

VISIÓN

- El **Centro para La Responsabilidad Social** se constituirá en un canal fértil para que los habitantes de la Argentina asuman un rol activo y socialmente responsable en el desarrollo económico, político y social del país.

- **INDICE DE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIA**

Versión II Abril 2003 • BUENOS AIRES - ARGENTINA

- **DISEÑO DEL INDICE**



RELEVAMIENTO GENERAL

- **Ethos**
- **Acción Empresarial**
- **Social Index (Dinamarca)**
- **SA 8000**

Mapa Conceptual sobre cada uno de estos indicadores,
a fin de comprender su **visión de la RSE.**

RELEVAMIENTO CON LÍDERES DE ONG Y EMPRESARIOS.

- Redefinición de Objetivos.
- Redefinición de la Metodología.

INDICE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

- Permite **medir, distinguir y monitorear** el grado de Responsabilidad Social que pone en práctica una empresa en sus acciones cotidianas.

Este Índice de RSE constituye una **herramienta de mejora continua y de planificación** para las prácticas de Responsabilidad Social de la empresa.

INDICE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

- Colabora con la definición de la **estrategia** en Responsabilidad Social Empresaria, alineada a la estrategia general del Negocio.

Nuestro propósito es que sirva de **estímulo** para que las empresas se inicien o continúen en la gestión y difusión de prácticas socialmente responsables.

PROCESO DE APLICACIÓN DEL INDICE

- Entrevista y Encuesta Diagnóstica Empresarial.
Convenio de Confidencialidad.
- Convenio de Contratación.
Informe final.
Aplicación del **Indice de RSE.**

- **METODOLOGIA DEL
INDICE**

5. COMPROMISO CON LA INCLUSIÓN SOCIAL

La Empresa

- | | Sí | No | No se aplica |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Tiene políticas explícitas en defensa de la diversidad laboral, en cuanto: edad, religión ó raza. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Posee programas especiales para la contratación de personas con discapacidades y / o enfermedades. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Posee políticas de empleo para personas que hayan estado fuera del mercado laboral por más de dos años. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Implementa programas de trabajo en la comunidad que promuevan la generación de empleo. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Cumple con la legislación que prohíbe el trabajo infantil. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. No discrimina candidatas mujeres que presenten similares antecedentes profesionales a los candidatos masculinos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. Posee normas que combaten situaciones de acoso sexual. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

DATOS CUANTITATIVOS

1. Cantidad de empleados discapacitados / total de empleados.

2.1. Cantidad de mujeres a nivel directivo / total de empleados.

2.2. Cantidad de mujeres a nivel administrativo / total de empleados.

2.3. Cantidad de mujeres a nivel operario / total de empleados.

Comentarios

Posibles acciones a tomar

1. ELABORACION Y DIFUSIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA

- | | Sí | No |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1. La empresa posee un Código de ética por escrito. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Está en conocimiento y al alcance de todos sus empleados. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. En la elaboración participaron empleados de todos los niveles jerárquicos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Es revisado periódicamente. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Prohíbe prácticas corruptas para la obtención de ventajas comerciales (Ej.: coimas). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Transmite sus principios éticos esporádicamente o en momentos específicos como la contratación de personal o procesos de auditoría. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. Cuenta con comités o consejos de gestión para aspectos éticos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Comentarios

Posibles acciones a tomar

METODOLOGÍA

- La información cualitativa relevada, define el puntaje de las variables.

Los datos cuantitativos constan y refuerzan la información relevada en los indicadores cualitativos.

Las respuestas serán del **tipo dicotómicas (SI / NO)**, y además cuenta con una tercera opción **“No se aplica”**.

INDICE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

- Se ha elaborado una **Hoja de Codificación** que define, para cada indicador, el umbral que da la respuesta como positiva.

Después de la evaluación de cada variable hay un Espacio para anotar comentarios generales sobre la variable en cuestión e identificar los indicadores no alcanzados en los que se podría comenzar a trabajar.

VOTO DEL CONSUMIDOR

OBJETIVOS

- 1| Conocer la opinión de los consumidores de la **RSE**.
- 2| Indagar los atributos que priorizan los consumidores al momento de elegir un producto/servicio, y ver cuál es el rol que juega la RSE entre éstos.
- 3| Ponderar las distintas variables definidas por el **Indice de Responsabilidad Social Empresaria**.

VOTO DEL CONSUMIDOR

RELACIÓN CON EL INDICE DE R.S.E.

- El Índice es ponderado en función de los resultados obtenidos a través de la **Encuesta del Voto al Consumidor** y de la estrategia definida por **El Centro para la Responsabilidad Social**.
- Contemporaneidad.
- Coherencia.

VOTO DEL CONSUMIDOR

- La **Encuesta Voto del Consumidor**, fue realizada con el asesoramiento de **Gallup Argentina S.A.** En Octubre el año 2002.
- La muestra fue de 400 personas y se realizó en Capital Federal.

3| Condiciones Laborales.


2| Contenido del
Balance Social.

4| Desarrollo y Participación
de Empleados.

1| Elaboración y
Difusión del
Código de Ética.

5| Compromiso con
la Inclusión Social.

6| Inversión en la Comunidad.



ESTRUCTURA DEL INDICE R.S.E.

7| Difusión de la
Responsabilidad Social.

8| Calidad de las
relaciones con terceros.

9| Transparencia y Calidad
de Gestión del producto
y/o servicio.

10| Cuidado y Gestión del
impacto en el Medio
Ambiente.

EMPRESAS QUE ESTÁN APLICANDO EL INDICE DE RSE

- Grupo Interrupción
- B&B Consultora S.A.
Revlon de Argentina S.A.
Netizen
- LeShop
Cornicelli
El Monje SRL

interrupción*