

Comunicación Basada en Principios Éticos y Responsabilidad Social

La aplicación rigurosa de los principios de RS/Sustentabilidad en lo que atañe a las acciones de comunicación de las empresas es vital, si ellas desean ejercer una influencia positiva sobre la sociedad.

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa cumple la legislación y los códigos pertinentes al sector, producto o servicio, al hacer sus comunicaciones siempre claras y transparentes.	10.1.1 La empresa cumple la legislación y los códigos pertinentes al sector, producto o servicio al hacer sus comunicaciones.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
	10.1.2 En los últimos cinco años ninguna pieza de comunicación tuvo que ser retirada de circulación por contenido inapropiado.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
	10.1.3 Las comunicaciones de la empresa son claras y transparentes, no habiendo ocurrencia de malos entendidos por las partes interesadas.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
Las comunicaciones de la empresa siempre están alineadas a los principios de RS/Sustentabilidad, minimizando los impactos ambientales negativos inherentes a los formatos o a los materiales utilizados.	10.2.1 La empresa integra los principios de RS/Sustentabilidad en sus comunicaciones.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
	10.2.2 La empresa minimiza impactos ambientales negativos de los materiales usados en sus piezas de comunicación.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTION	si	no
La política de comunicación sigue las directrices de RSE adoptadas por la empresa y orienta la elaboración -por el área responsable- de piezas de comunicación verificando su alineamiento con aquellas directrices.	10.3.1 La política de comunicación de la empresa sigue las directrices de RS/Sustentabilidad establecidas por la empresa.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
	10.3.2 La empresa posee un área responsable de las aprobaciones de las comunicaciones realizadas.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	10.3.3 El área responsable por las comunicaciones de la empresa verifica que las piezas de comunicación respeten los criterios y directrices.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	10.3.4 La empresa demuestra, por medio de su comunicación, como está cumpliendo sus compromisos de RSE, respondiendo a las expectativas de las partes interesadas y de la sociedad como un todo.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa utiliza sus comunicaciones para promover cambios de comportamiento. Además de eso, influye a su cadena de valor sobre la importancia de la comunicación responsable.	10.4.1 La empresa usa su comunicación con responsabilidad social para estimular cambios de comportamiento.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	10.4.2 La empresa utiliza a su comunicación para capacitar a sus partes interesadas en temas de RSE que están relacionados a su gestión.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
	10.4.3 La empresa direcciona e incentiva a su cadena de valor a realizar comunicaciones transparentes y responsables.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
En todas las prácticas de comunicación de la empresa, la RS/Sustentabilidad es tratada de forma transversal, pues es utilizada con el propósito de promover el diálogo y la participación de las partes interesadas.	10.5.1 La empresa incluye profesionales de las áreas referentes a la comunicación organizacional en los procesos de toma de decisión sobre las estrategias de RS/Sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
	10.5.2 Usa su comunicación para diálogo y participación de las partes interesadas.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección del estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar: