

El proyecto NASCO – II

Contenidos del INA: Guía para la aplicación del modelo. Documentos Aplicables

Artículo 2

Aceptado ya que el reconocimiento de una interrelación entre empresas y sociedad permitiría un desarrollo más sostenible y satisfacerla en mayor medida las expectativas de todas las partes interesadas, tal y como planteamos en el Artículo Proyecto NASCO I, es objeto del presente documento presentar una guía de trabajo y proponer los documentos básicos necesarios para la aplicación del Modelo.

Los contenidos del INA – Guía de Aplicación

La aplicación del Índice NASCO, ó INA se basa en el desarrollo de una serie de actividades a partir de un orden establecido, para cuya ejecución, conviene la utilización de los siguientes documentos:

1. Hoja de trabajo
2. Hoja de puntuaciones
3. Hoja de puntos
4. Gráfico
5. Anexos

1. HOJA DE TRABAJO

La Hoja de trabajo es el eje básico de aplicación del modelo. Estructurada en cuatro bloques claramente diferenciados, establece las bases para la identificación y comprensión de los elementos cruciales referentes a la Responsabilidad Social de la Organización:

- Sección I: Descripción de una Identidad Corporativa
- Sección II: Cálculo y distribución del Valor Añadido
- Sección III: Políticas de gestión de las relaciones con las partes interesadas ó entorno (stakeholders)
- Sección IV: Políticas de Gestión Medioambientales

La primera sección tiene como objetivo describir la Misión, Visión y la Historia de la empresa.

La segunda sección tiene como objetivo describir la distribución y calcular el valor añadido de la empresa.

Las secciones III y IV contienen una serie de Cuestiones principales - articuladas en subapartados expresados como *Prácticas Corporativas* e *Índice sobre la RSE* - que deben ser respondidas como base para posteriormente resumirlas mediante cuestiones específicas en una Hoja de Puntuaciones.

2. HOJA DE PUNTUACIONES

Las *Prácticas corporativas* e *Índice sobre la RSE* se resumen en Apartados, cuya expresión se establece en la Hoja de puntuaciones. Cada Apartado de la Hoja de puntuaciones se evaluará según una escala, que va desde “nada en absoluto” hasta “en gran medida”, con el objeto de describir una situación caracterizada por las siguientes características:

1. Nada en absoluto: No existen procedimientos / prácticas corporativas y / o esfuerzos documentados
2. En pequeña medida: La empresa puede documentar el uso de prácticas corporativas y / o esfuerzos elaborados, un desarrollo positivo y / o un buen nivel en algunas áreas a lo largo de una serie de años. El Índice cubre algunas áreas y actividades relevantes
3. En cierta medida: La empresa puede documentar el uso de prácticas corporativas y / o esfuerzos elaborados y sistemáticos, un desarrollo positivo y / o un alto nivel en algunas áreas a lo largo de una serie de años. El Índice cubre muchas áreas y actividades relevantes
4. En gran medida: La empresa puede documentar el uso de prácticas corporativas y / o esfuerzos elaborados y sistemáticos, un desarrollo muy positivo y / o un alto nivel en la mayoría de las áreas a lo largo de una serie de años. El Índice cubre la mayoría de las áreas y actividades relevantes

Finalmente, con el objeto de concretar inequívocamente las conclusiones para cada cuestión, es conveniente asignar una escala de valor de cero a cien.

3. HOJA DE PUNTOS

Cuando se hayan evaluado todos los Apartados se transferirán las puntuaciones de la Hoja de puntuaciones a la Hoja de puntos. Concretamente, las puntuaciones se anotarán en la columna “Puntuación” que se encuentra al lado del subapartado en cuestión.

Cuando se hayan anotado todas las puntuaciones, se calcularán los Puntos multiplicando la *puntuación* por el *factor* que representa la ponderación de cada subapartado.

$$\begin{array}{c}
 \text{PUNTUACIÓN POR} \\
 \text{APARTADO} \\
 \times \\
 \text{FACTOR} \\
 = \\
 \text{PUNTOS SUBAPARTADO}
 \end{array}$$

Los subapartados a su vez, serán ponderados en función de su importancia relativa para con la Organización o su estrategia. Los factores de ponderación podrán ser 0,2 ó 0,6, que significa que se le otorga un peso específico del 2% ó del 6% respecto al total de subapartados a valorar. Cuando se han calculado los puntos para todos los subapartados éstos se sumarán de modo que obtendremos el valor total del Apartado. La suma de los diferentes apartados, nos mostrará el valor resultante (*Evaluación Global*), el cuál muestra en qué punto se encuentra una Organización en una escala de 0 a 100 y se obtiene su Índice Nasco, una visión general de su posición y una idea de la relación entre sus objetivos y esfuerzos / resultados en el campo social.

La Evaluación Global puede leerse en relación con la siguiente escala de valoración:

Evaluación global	Interpretación
0-10	La empresa no asume ninguna responsabilidad social
11-31	La empresa asume una responsabilidad social, pero en muy limitada medida
32-62	La empresa asume una responsabilidad social, pero en limitada medida.
63-83	La empresa asume un buen grado de responsabilidad social.
84-100	La empresa asume un alto grado de responsabilidad social

Tabla 1: Interpretación resultado Evaluación Global

4. GRÁFICO

El miembro o miembros de la PYME que han participado en la confección del INA deben proceder a firmarlo con el objeto de confirmar su participación así como su consenso en relación al proceso global de NASCO dirigido a adoptar un Balance Social.

5. ANEXOS

Los anexos están formados por 2 apartados. Uno con una definición de RSE así como otros conceptos relevantes relacionados con esta y otro con un programa de todo el proceso NASCO.

La Hoja de Trabajo

A continuación, se presenta la relación de cuestiones o aspectos básicos a tratar en cada una de las secciones que forman la Hoja de Trabajo:

SECCIÓN I: DESCRIPCIÓN DE IDENTIDAD CORPORATIVA

- 1.1 Estatus legal:
- 1.2 Número de empleados
- 1.3 Sector:
- 1.4 Tipo de producción:
- 1.5 Área
- 1.6 Sede central:
- 1.7 Descripción de los empleados

Sexo	n.	%		
Hombres				
Mujeres				
Total				
Edad	n.	%		
< 18				
Más de 18 años				
Más de 30 años				
Más de 45 años				
Antigüedad	Hombres	%	mujeres	%
Menos de 1 año				
Hasta 3 años				
Hasta 6 años				
Más de 6 años				
Categorías contractuales	hombres	%	mujeres	%
Duración definida				
Duración indefinida				
Contratos de trabajo temporales				
Contratos de formación				
Otros				
Cualificación	hombres	%	mujeres	%
Certificado elemental				
Certificado secundario				
Diploma de educación superior				
Licenciatura				

- 1.8 Fecha de creación
- 1.9 Historia de la empresa
- 1.10 Valores de la empresa (principios directrices)
- 1.11 Misión de la empresa (*negocio principal, vocación de la empresa, estrategias, políticas, etc.*)
- 1.12 Activos económicos y propiedades (Datos del Balance en los dos últimos ejercicios económicos).

SECCIÓN II: CÁLCULO Y DISTRIBUCIÓN DEL VALOR AÑADIDO

- 2.1 Sistema de entorno (stakeholders)
- 2.2 Cálculo del valor añadido

Cuadro A - CÁLCULO DEL VALOR AÑADIDO		
	IMPORTES	
	PARCIALES	TOTALES
Ingresos netos		
+ existencias finales de bienes acabados		
- existencias iniciales de bienes acabados		
+ existencias finales de bienes semi-acabados		
- existencias iniciales de bienes semi-acabados		
+ costes capitalizados por trabajos internos		
<i>Valor de la producción</i>		
+ existencias iniciales de materias primas		
+ compras		
- existencias finales de materias primas		
- coste de los servicios (excluyendo trabajo e intereses)		
<i>Valor añadido bruto</i>		
- depreciación y amortizaciones		
<i>Valor añadido neto</i>		

- 2.3. Distribución del valor añadido en los dos últimos ejercicios económicos
- 2.4.

Cuadro B - DISTRIBUCIÓN DEL VALOR AÑADIDO EN LOS DOS ÚLTIMOS EJERCICIOS ECONÓMICOS		
	AÑO X	AÑO Y
COSTES DE PERSONAL		
Sueldos y salarios		
Indemnizaciones por empleados que se van		
Otros costes (comedor, plan médico, etc.)		
Personal		
INSTITUCIONES		
Impuestos sobre la renta		
Aportaciones sociales		
Asociaciones		
Total Instituciones		
ACCIONISTAS Y FINANCIACIÓN		
Costes financieros		
Dividendos		
Total accionistas y acreedores financieros		
COMUNIDAD		
Donaciones		
Patrocinio de ferias y eventos		
Total comunidad		

EMPRESA		
Beneficios retenidos		
Total empresa		
Valor añadido total		

SECCIÓN III: POLÍTICAS DE GESTIÓN RELACIONADAS CON EL ENTORNO

Para cada subapartado, describir prácticas corporativas y desarrollar elementos objetivos de valoración a modo de indicadores que formarán la hoja de puntuaciones.

3.1. PERSONAL

- 3.1.1. **Diversidad.** Descripción de los diversos programas (realizados, en realización y futuros)
- 3.1.2. **Igualdad de oportunidades.** Descripción de los programas de igualdad de oportunidades (realizados, en realización y futuros)
- 3.1.3. **Salud y seguridad en el trabajo.** Descripción de los programas de salud y seguridad en el trabajo (realizados, en realización y futuros)
- 3.1.4. **Formación y desarrollo profesional.** Descripción de los programas de formación y desarrollo profesional (realizados, en realización y futuros) Tenemos como objetivo estratégico y de ISO para este año un Plan de Formación anual de Gestión, de técnico-profesional y de aspectos sociales.
- 3.1.5. **Comunicación interna.** Descripción del sistema de comunicación / diálogo adoptado para los trabajadores (reuniones, recogida de sugerencias, boletín, intranet, etc.) y su participación en las decisiones de la empresa
- 3.1.6. **Premios y otros beneficios.** Descripción del sistema de incentivos relacionado con los resultados y / o participación en los beneficios
- 3.1.7. **Conducta ética.** Descripción del código de conducta (actual y futuro) y del responsable para cuestiones sociales y éticas
- 3.1.8. **Diálogo social.** Descripción de los programas dirigidos a garantizar los derechos de los trabajadores a asociarse, al diálogo social y el reconocimiento de los sindicatos
- 3.1.9. **Cambio de gestión.** Indicar si se ha producido recientemente una reorganización y como ha gestionado usted el cambio.
- 3.1.10. **Derechos humanos, trabajo infantil y trabajo penoso.** Descripción de las líneas directrices y norma (SA8000) adoptándose o que serán adoptadas para garantizar los derechos humanos

3.2 **CLIENTES / CONSUMIDORES**

- 3.2.1 **Seguridad y calidad de los productos.** Descripción de los programas de protección y salud de los clientes / consumidores (realizados, en realización y futuros)
 - 3.2.2 **Servicio al cliente.** Descripción sistema de servicio al cliente
 - 3.2.3 **Satisfacción de los clientes.** Descripción de como se mide la satisfacción del cliente (entrevistas, etc.) y cómo se gestionan las quejas
 - 3.2.4 **Diálogo con los consumidores.** Descripción de cómo se realiza el diálogo con los consumidores (panel, pruebas de producto, investigación, etc.) y la educación sobre programas de consumo (realizados, en realización y futuros)
 - 3.2.5 **Retención de clientes.** Descripción de los programas para fomentar la lealtad de los clientes (realizados, en realización y futuros)
 - 3.2.6 **Márketing social.** Descripción de las promociones comerciales que asignan recursos financieros a organizaciones sociales / éticas
-

3.3 PROVEEDORES Y SOCIOS COMERCIALES

3.3.1 Criterio de selección y gestión de la relación con proveedores y socios comerciales. Descripción de los criterios de selección de socios y proveedores indicando las posibles consideraciones sociales y medioambientales en la selección

3.3.2 Modo de pago a los proveedores. Descripción del modo de pago a los proveedores

3.4 COMUNIDAD LOCAL

3.4.1 Aportaciones, donaciones, apoyos a actividades sociales. Descripción de los programas (realizados, en realización y futuros) dirigidos a apoyar actividades sociales y a donar productos, muebles y equipos usados o sobrantes

3.4.2 Cesión de empleados a la comunidad local. Descripción de los programas que apoyan que los empleados trabajen en programas de la comunidad o con organizaciones no gubernamentales (donaciones, etc.)

3.4.3 Impacto de las actividades sociales en la comunidad local. Descripción de los métodos y procesos (realizados, en realización y futuros) dirigidos a verificar el impacto de la empresa en la comunidad y el resultado de las actividades sociales

3.4.4 Generación de valor. Descripción de las actividades de formación del personal o programas de formación de jóvenes empresarios (realizados, en realización y futuros)

3.5 ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

3.5.1 Colaboración con Instituciones Públicas. Descripción de la relación (incluso relación de negocios) con instituciones locales y nacionales

SECCIÓN IV: POLÍTICAS DE GESTIÓN AMBIENTAL

4.1 POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL

4.1.1 Política medioambiental. Descripción de la política medioambiental de acuerdo con las normas en vigor (realizados, en realización y futuros)

4.2 IMPACTO MEDIOAMBIENTAL (emisiones)

4.2.1 Impacto medioambiental. Descripción de sus programas (realizados, en realización y futuros) para reducir el impacto medioambiental y las sustancias peligrosas (ejemplo: Realizar una revisión medioambiental; Evaluar sus impactos medioambientales; Crear una cultura de reducción, reutilización y reciclado; Reducir el consumo de papel; Comprar productos

sostenibles; Anunciar los elementos reutilizables y sobrantes a través de una red de intercambio; Evitar los productos de derroche; Promover la eliminación segura de las sustancias peligrosas; Utilizar productos de limpieza menos tóxicos; Promover tecnologías eficientes energéticamente; Reducir el uso de agua en el exterior; Utilizar técnicas de construcción sostenibles; Examinar el diseño de los productos y servicios.

4.3 TRANSPORTES/LOGÍSTICA

4.3.1 Transportes/Logística. Descripción de sus programas (realizados, en realización y futuros) para reducir el consumo de transporte y reducir la contaminación logística

4.4 CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

4.4.1 Concienciación y sensibilidad medioambiental. Descripción de sus programas internos / externos (realizados, en realización y futuros) para mejorar la concienciación y la sensibilidad medioambiental

La Hoja de Puntuaciones

La hoja de puntuaciones debe ser desarrollada en relación con las Secciones III y IV de la Hoja de Trabajo. A modo de ejemplo, a continuación se muestra una hoja de puntuaciones parcial en relación con el apartado 3.2. Clientes / Consumidores:

Seguridad y calidad de los productos	Nada en absoluto	En pequeña medida	En cierta medida	En gran medida
La empresa dispone de políticas de salud y protección				
	0 5/10	15/20/25/30/35/40/45/50	55/60/65/70/75/80/85/90	95/100

Sistema de servicio al cliente (CSS)	Nada en absoluto	En pequeña medida	En cierta medida	En gran medida
La empresa tiene una CSS				
	0 5/10	15/20/25/30/35/40/45/50	55/60/65/70/75/80/85/90	95/100

Satisfacción de los clientes	Nada en absoluto	En pequeña medida	En cierta medida	En gran medida
La empresa dispone de un sistema para medir la SC y gestionar las quejas				
	0 5/10	15/20/25/30/35/40/45/50	55/60/65/70/75/80/85/90	95/100

Diálogo con los consumidores	Nada en absoluto	En pequeña medida	En cierta medida	En gran medida
La empresa adopta programas de consumo				

	0 5/10	15/20/25/30/35/40/45/50	55/60/65/70/75/80/85/90	95/100
Retención de clientes	Nada en absoluto	En pequeña medida	En cierta medida	En gran medida
La empresa realiza proyectos para promover la lealtad de los clientes				
	0 5/10	15/20/25/30/35/40/45/50	55/60/65/70/75/80/85/90	95/100
Márketing social	Nada en absoluto	En pequeña medida	En cierta medida	En gran medida
La empresa asigna recursos financieros a organizaciones éticas / sociales				
	0 5/10	15/20/25/30/35/40/45/50	55/60/65/70/75/80/85/90	95/100

Cálculo del Índice NASCO:

CUESTIONES	Puntuación	Factor	Punto
3.1.1 Diversidad		0,06	
3.1.2 Igualdad de oportunidades		0,02	
3.1.3 Salud y seguridad en el trabajo		0,06	
3.1.4 Formación y desarrollo profesional		0,02	
3.1.5 Comunicación interna		0,06	
3.1.6 Premiso y otros beneficios		0,06	
3.1.7 Conducta ética		0,02	
3.1.8 Diálogo social		0,06	
3.1.9 Cambio de gestión (Reorganización)		0,06	
3.1.10 Derechos humanos, trabajo infantil y trabajo penoso		0,06	
3.2.1 Seguridad y calidad de los productos		0,06	
3.2.2 Servicio al cliente		0,02	
3.2.3 Satisfacción de los clientes		0,02	
3.2.4 Diálogo con los consumidores		0,02	
3.2.5 Retención de clientes		0,06	
3.2.6 Márketing Social		0,06	
3.3.1 Criterio de selección y gestión de la relación con proveedores y socios comerciales		0,06	
3.3.2 Modo de pago a los proveedores		0,02	
3.4.1 Aportaciones, donaciones, apoyos a actividades sociales		0,02	
3.4.2 Cesión de empleados a la Comunidad local		0,02	
3.4.3 Impacto de las actividades sociales en la comunidad local		0,02	
3.4.4 Generación de valor		0,02	
3.5.1 Colaboración con Instituciones Públicas		0,02	

4.1.1	Política medioambiental	0,02
4.2.1	Impacto medioambiental (emisiones)	0,02
4.3.1	Transportes / Logística	0,02
4.4.1	Concienciación y sensibilidad medioambiental	0,02

Evaluación global

VALOR

Evaluación:

- 1 0-10: La empresa no asume ninguna responsabilidad social
- 2 11-31: La empresa asume una responsabilidad social, pero en muy limitada medida
- 3 32- 62: La empresa asume una responsabilidad social, pero en limitada medida
- 4 63-83: La empresa asume un buen grado de responsabilidad social.
- 5 84-100: La empresa asume un alto grado de responsabilidad social

Conclusiones

Una vez mostradas las herramientas necesarias y los documentos aplicables para poder aplicar el método de evaluación propuesto por INA, sólo nos queda afirmar que, con todo, tenemos ante nosotros la oportunidad de conocer periódicamente en qué lugar nos encontramos en relación con aspectos de interés común que bien seguro, marcarán la pauta en la gestión empresarial a corto y medio plazo. Elementos como la gestión ambiental, las políticas sociales o la contribución al entorno son cruciales en un mundo que nos pide cada día modelos sostenibles de crecimiento que respeten el equilibrio entre recursos y producción. Porque con todo, cada uno de nosotros y todos en general somos los más interesados. Y porque sobretodo, todo cuenta.

Guillermo Campamá
Socio Consultor y Auditor de Empresas
EuQuality Networks, S.L.
gcampama@euquality.net
www.euquality.net