

Educación y Concientización Ambiental

Las empresas deben patrocinar e implementar campañas, proyectos y programas educativos para sus empleados, para la comunidad y para públicos más amplios, de modo de difundir y ampliar la conciencia ambiental.

45 [Ⓐ]

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa desarrolla acciones de educación ambiental y concientización de los empleados sobre esa temática, puntualmente o por presión externa (como exigencias del gobierno, crisis de abastecimientos, etc.).	45.1.1 La empresa realiza acciones internas de educación ambiental, por ejemplo, campañas para la reducción del consumo de energía, agua, papel, etc. cuando se soliciten.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.1.2 La empresa busca concientizar ambientalmente a su público interno informándolo de algunas de las buenas prácticas sobre el tema.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.1.3 La empresa promueve eventos puntuales para promover la educación y la concientización ambiental.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa promueve el entrenamiento sobre educación ambiental enfocado al público interno, poniendo a disposición información y promoviendo el debate.	45.2.1 La empresa promueve entrenamiento a los empleados sobre educación ambiental, buscando mayor compromiso y concientización del público interno.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.2.2 La empresa cuenta con programas formales de capacitación para los empleados en el tema.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa elabora y divulga un programa anual de educación ambiental, desarrolla sistemáticamente actividades y aborda de forma transversal el tema en sus entrenamientos y actividades, con el fin de generar cambios en la cultura de la organización.	45.3.1 La empresa cuenta con un programa formal y continuo de educación y concientización ambiental, buscando el mayor compromiso del público interno.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.3.2 La empresa trata obligatoriamente el tema de forma transversal en otros entrenamientos y actividades de la empresa, incluso en las capacitaciones de ingreso.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.3.3 La empresa aborda en sus entrenamientos o actividades de formación, los impactos de sus operaciones con foco a la innovación y su reducción, estimulando a todos a identificar propuestas de cambio.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
Además de las campañas internas, la empresa desarrolla campañas de concientización y educación ambiental dirigidas a familiares de empleados, proveedores, consumidores y clientes, y a la comunidad del entorno inmediato de la empresa.	45.4.1 La empresa aborda el tema en reuniones con proveedores y clientes.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.4.2 La empresa realiza eventos de concientización y educación ambiental dirigidos a familiares, comunidad y otras partes interesadas.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa apoya proyectos educacionales activos en alianza con Organizaciones no Gubernamentales y/o ambientalistas, ejerciendo liderazgo social a favor de esa causa.	45.5.1 La empresa participa en la formulación de políticas públicas relacionadas al tema.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.5.2 La empresa apoya (financieramente o con ofrecimiento de estructura, por ejemplo) a escuelas locales y a ONG's en la promoción de la educación ambiental.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
	45.5.3 La empresa es reconocida en el mercado por sus prácticas de educación ambiental, proveyendo materiales e información para otras partes interesadas, a fin de diseminar el tema.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.5.4 La empresa estimula a su cadena de valor a realizar campañas, y talleres de concientización y educación ambiental.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

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

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar: