

# INDICADORES ETHOS

## de Responsabilidad Social Empresarial

**2003**

### **Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial**

es una publicación del Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, distribuida gratuitamente a sus asociados.

#### **Realización**

Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social

#### **Investigación y Desarrollo (versión original)**

José Edson Bacellar Jr. y Paulo Knödrich (consultores), Fundación Don Cabral y Pact

#### **Revisión 2003**

Roberta Mokejcs Paro (coordinadora), Gláucia Terreo, Nelmara Arbex, Homero Santos y Benjamin S. Gonçalves (texto)

#### **Agradecimientos**

Carlos Cabral (Programa Privacidad Online), Fernanda Gabriela Borger (Fipe), Helio Santos (Universidad San Marcos), Marcos Po (Idec), y Pieter Sijbrandij (Observatorio Social)

#### **Apoyo**

Fundación Avina y The William and Flora Hewlett Foundation

#### **Patrocinio**

Abradee (Asociación Brasileña de Distribuidores de Energía Eléctrica), CPFL, Eletropaulo, Fundación Volkswagen, McDonald's, Natura y Petrobras

#### **Todos los derechos reservados.**

La reproducción del contenido de esta publicación es permitida, desde que sea citada la fuente y con autorización previa por escrito del Instituto Ethos, que lo disponibiliza gratuitamente.

Junio/2003

Tiraje: 10.000 ejemplares

#### **Aclaraciones importantes sobre las actividades del Instituto Ethos**

1. El trabajo de orientación a las empresas es voluntario, sin ninguna cobranza o retribución.
2. No hacemos consultoría y no credenciamos ni autorizamos profesionales a ofrecer cualquier tipo de servicio en nuestro nombre.
3. No somos una entidad certificadora de responsabilidad social ni suministramos "sello" con esa función.
4. No permitimos que ninguna entidad o empresa (asociada o no) utilice el logotipo del Instituto Ethos sin nuestro consentimiento previo y expresa autorización por escrito.

Caso tenga alguna duda o quiera consultarnos sobre las actividades de apoyo del Instituto Ethos, contáctenos, por favor, por el link [Fale Conosco](#), en el cual será posible identificar el área más apropiada para atenderlo.

#### **Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social**

Calle Francisco Leitão, 469, 14º andar, Conj. 1407

Pinheiros, 05414-020, São Paulo, SP

Tel.: (11) 3897.2400

Fax: (11) 3897.2424

Visite nuestro sitio: [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)



Este material fue impreso en papel producido y donado por Klabin.  
Klabin Carpeta - papel cartón Kladur 270g; Tapa - papel cartón Kladur 230g;  
Interior — papel Ecograph 90g, a partir de celulosa Oxcell no emblanquecida químicamente.

## Presentación

---

Los **Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial**, ahora en su cuarta versión, fueron creados como una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de empresa en lo que se refiere a la incorporación de prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE), a la planificación de estrategias y al monitoreo del desempeño general de la empresa. se trata de un instrumento de **autoevaluación** y **aprendizaje**, de uso esencialmente interno.

La empresa interesada en comparar sus resultados con las mejores prácticas de RSE debe enviarlos al Instituto Ethos, que irá a procesarlos. La puntuación lograda será presentada en el Informe de Diagnóstico, permitiendo a la empresa compararlos, por medio de tablas y gráficos, con el grupo de *benchmarking* (las diez empresas con las mejores puntuaciones) y con el promedio del grupo de empresas que contestaron al cuestionario.

Los datos suministrados serán tratados con máxima **confidencialidad**<sup>1</sup> tanto como los informes de diagnóstico elaborados por el Instituto Ethos, y no serán utilizados para ningún otro fin. Las empresas que juzguen haber alcanzado el nivel más elevado con relación a alguno de los indicadores serán invitadas a relatar sus

prácticas al Instituto Ethos, que las divulgará por el Banco de Prácticas del sitio del Instituto Ethos ([www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)) y por otros medios en los que la referencia con la empresa sea pertinente .

La versión 2003 fue revisada y actualizada con la colaboración de diversos compañeros que nos suministraron una visión externa a la de Ethos sobre los temas abordados. Además de una revisión conceptual de la versión anterior, abordamos aspectos nuevos, como la protección a la privacidad del cliente y del empleado, excluimos algunos indicadores e inserimos otros que refuerzan la importancia de cuestiones como la elaboración del balance social, la valorización de la diversidad y las políticas de remuneración, beneficios y carrera – entre las cuales, la bonificación orientada por factores de sustentación y la reducción de las diferencias salariales.

Este año, los indicadores cuantitativos pasan a ser presentados en el *Adjunto* que se encuentra al final de esta publicación. Son indicadores de monitoreo interno, que deben ser acompañados por los gestores. Alentamos fuertemente a las empresas a, no apenas levantar los indicadores cuantitativos aquí propuestos, sino también a crear nuevos indicadores para monitorizar su desempeño.

---

<sup>1</sup> Aunque los Indicadores Ethos sean frecuentemente utilizados por otras organizaciones como criterio para premiación de empresas y confección de rankings, el Instituto Ethos no participa de esos procesos de evaluación ni suministra datos recibidos de las empresas.

# Presentación

---

## INDICADORES ETHOS SECTORIALES

Con el objetivo de suministrar a las empresas la posibilidad de un autodiagnóstico más preciso y profundo, el Instituto Ethos viene desarrollando indicadores específicos, que abarcan dilemas y peculiaridades de cada sector empresarial. En 1999, la Asociación Brasileña de Distribuidores de Energía Eléctrica (Abradee), en asociación con el Instituto Ethos, inició la elaboración de indicadores de RSE para su sector, los cuales vienen siendo perfeccionados desde entonces. Iniciativa semejante ocurrió en 2002, cuando la Asociación Brasileña de la Industria de Panificación y Confeitería (Abip) adaptó los Indicadores Ethos para su aplicación en panificadoras, y la Asociación Brasileña de Restaurantes y Empresas de Entretenimiento (Abrasel) hizo lo mismo para bares y restaurantes

Dando secuencia a ese trabajo, el Instituto Ethos lanza los **Indicadores Ethos Sectoriales de RSE**, enfocando inicialmente los sectores **financiero**, de **minería** y de **papel y celulosa**. Esos indicadores son **complementarios** a los Indicadores Ethos generales y posibilitarán a la empresa evaluar las oportunidades y desafíos típicos de su sector de actuación.

El objetivo de este lanzamiento es estimular nuevas asociaciones con las empresas y respectivas entidades sectoriales interesadas en desarrollar indicadores de responsabilidad social propios para su sector.

La movilización de profesionales de la empresa para contestar los Indicadores Ethos debe ser encarada como el inicio de un proceso de autodiagnóstico que, combinado con la misión y estrategia general de la empresa, permitirá identificar aspectos de la gestión que necesitan acompañamiento detallado, de nuevas metas y de profesionales especializados. Tales metas deben ser preferencialmente incluidas en la planificación siguiente.

Un aspecto que debe ser enfatizado en ese proceso es la importancia del diálogo con representantes de los públicos con quienes la empresa se relaciona — sus *stakeholders* —, para evaluación de los impactos de sus acciones, búsqueda de soluciones y definición de metas.

A partir de allí, es fundamental que la empresa haga un esfuerzo interno para definir los aspectos y dilemas particulares de ella y de su iniciativa y desarrolle sus propios indicadores de evaluación de gestión, complementando los aquí propuestos.

---

<sup>2</sup> Ambas iniciativas contaron con el apoyo del Instituto Souza Cruz y el trabajo de la consultoría Fractalís.

<sup>3</sup> Stakeholder — término en inglés ampliamente utilizado para designar a las partes interesadas, o sea, cualquier individuo o grupo que pueda afectar al negocio, por medio de sus opiniones o acciones, o ser por él afectado: público interno, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno, accionistas, etc. Hay una inclinación cada vez mayor en considerar stakeholder quien se juzgue como tal, y en cada situación la empresa debe buscar hacer un mapeamento de los stakeholders involucrados.

## Autoevaluación y Planificación

### ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO.

El cuestionario de evaluación de la empresa está dividido en siete grandes temas:

- Valores y Transparencia
- Público Interno
- Medio Ambiente
- Proveedores
- Consumidores y Clientes
- Comunidad
- Gobierno y Sociedad

Estos temas son enfocados por dos tipos de indicadores. El primer tipo permite evaluar el nivel actual de las prácticas de responsabilidad social en la empresa. Está representado por cuatro cuadros contiguos presentando cursillos de determinada práctica, cuyo nivel de desempeño evoluciona de la izquierda para la derecha, lo que permite a la empresa situarse fácilmente en la escala. **El cuadro más a la derecha corresponde al mejor desempeño en aquella práctica y presupone que la empresa que en él se encuentra ya alcanzó un nivel de maduración y plena integración de la responsabilidad social a sus procesos de gestión.**

Según tipo de indicadores está compuesto de cuestiones binarias (con respuestas *sí* o *no*) relacionadas al primer grupo. Contiene elementos de validación y profundización del nivel de responsabilidad social identificado por la empresa y contribuye para la comprensión de cuales prácticas deben ser incorporadas a la gestión de los negocios.

La estructura de los Indicadores Ethos permite que la empresa planee el modo de alcanzar un grado más elevado de responsabilidad social. La disposición en escala suministra parámetros para los pasos subsiguientes y, juntamente con los indicadores binarios, apunta directrices para el establecimiento de metas de esmero dentro del universo de cada tema.

## ¡Atención!

### Instrucciones para el Llenado

- Cada unidad de negocios debe responder a su propio cuestionario.
- Es aconsejable que la empresa indique un coordinador que centralice y sistematice las informaciones y facilite el diálogo interno.
- Debido al alcance de los temas, el proceso de llenado debe envolver **la participación de varias áreas de la empresa**. Cuanto más personas estén involucradas en el proceso del llenado y cuanto más **diversificados** sean sus niveles jerárquicos y los departamentos de los que ellas procedan, mayor será la reflexión interna y la representatividad de las respuestas, garantizando un mejor autodiagnóstico.
- Es importante que la alta dirección de la empresa acompañe el proceso y conozca los resultados.

### Barra de Indicadores de Profundidad

**Apenas uno de los cuatro cuadros deberá ser escogido**, debiéndose optar por aquél que más se aproxime a la realidad de la empresa. En esta evaluación, considere que cada nivel presupone el cumplimiento del nivel anterior, y que el cuadro más a la derecha corresponde al mejor desempeño en aquella práctica, lo que representa madurez y plena integración de la responsabilidad social con los procesos de gestión de la empresa.

En la hipótesis de que ninguno de los cuadros correspondiera a la realidad de la empresa, se debe fijar uno de los siguientes motivos:

- *No habíamos tratado antes de este asunto.*
- *No vemos aplicación de esto en nuestra empresa.*

Marcando la segunda opción, la empresa debe presentar una justificativa en el espacio reservado para comentarios.

### Indicadores Binarios

Los indicadores binarios (*sí o no*) deben ser obligatoriamente rellenados.

### Indicadores Cuantitativos

En la versión 2003, los Indicadores Cuantitativos fueron transferidos para el *Adjunto* (al final de esta publicación). Es importante levantar esos datos con precisión, pues ellos serán útiles en el monitoreo interno de la empresa. Esos indicadores, que deben ser apurados de acuerdo con las características de la empresa, sirven principalmente para el acompañamiento por los gestores. Por lo tanto, **no deben ser enviados al Instituto Ethos.**

Novedad: Envío  
Vía Internet

## Envío de las Respuestas y Recibimiento del Informe de Diagnóstico

Este año, la empresa que quiera responder a los Indicadores Ethos contará con nuevos recursos tecnológicos. El Instituto Ethos desarrolló un *software* a través del cual la empresa podrá responder el cuestionario al ritmo que le sea conveniente y enviar sus respuestas vía internet directamente a nuestro sistema de procesamiento. Para eso, la empresa debe acceder el área exclusiva de los Indicadores Ethos, en el sitio del Instituto Ethos, y bajar el archivo ejecutable **Indicadores Ethos de RSE - 2003**.

El Informe del Diagnóstico de RSE estará disponible en el área restringida de la empresa a partir de la fecha que será divulgada por el Instituto Ethos. El archivo ejecutable también estará disponible en CD-ROM

Si su empresa tiene dificultad para acceder la internet, rellene el modelo que se encuentra al final de esta publicación y envíelo al Instituto Ethos.

## Glosario de Conceptos

En el área exclusiva de los **Indicadores Ethos**, en el sitio del Instituto Ethos, hay también a disposición, un glosario de conceptos con el objetivo de aclarar los términos más relevantes para la comprensión de las cuestiones presentadas en cada indicador, facilitando así el llenado del cuestionario.

## Contáctenos

Para obtener otras informaciones, entre en contacto con el Instituto Ethos por el *e-mail*: [indicadores@ethos.org.br](mailto:indicadores@ethos.org.br).

# ÍNDICE DEL CUESTIONARIO

<b>Valores y Transparencia</b>	<b>Autorregulación de la Conducta</b>	Compromisos Éticos ..... 11 Enraizamiento en la Cultura Organizacional ..... 12
	<b>Relaciones Transparentes con la Sociedad</b>	Diálogo con las Partes Interesadas ( <i>Stakeholders</i> ) ..... 13 Relaciones con la Competencia ..... 13 Balance Social ..... 14
<b>Público Interno</b>	<b>Diálogo y Participación</b>	Relaciones con Sindicatos ..... 15 Gestión Participativa ..... 16
	<b>Respeto por el Individuo</b>	Compromiso con el Porvenir de los Niños ..... 16 Valorización de la Diversidad ..... 17
	<b>Trabajo Decente</b>	Política de Remuneración, Beneficios y Carrera ..... 18 Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo ..... 20 Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad ..... 21 Comportamiento Frente a Dimisiones ..... 21 Preparación para Jubilación ..... 22
<b>Medio Ambiente</b>	<b>Responsabilidad Frente a las Generaciones Futuras</b>	Comprometimiento de la Empresa con la Causa Ambiental ..... 23 Educación Ambiental ..... 24
	<b>Gerenciamento del Impacto Ambiental</b>	Gerenciamento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y servicios ..... 24 Minimización de Entradas y Salidas de Materiales ..... 25

# ÍNDICE DEL CUESTIONARIO

<b>Proveedores</b>	<b>Selección, Evaluación y Asociación con Proveedores</b>	Criterios de Selección y Evaluación de Abastecedores ..... 27
		Trabajo Infantil en la Cadena Productiva ..... 28
		Relaciones con Trabajadores Tercerizados ..... 28
		Apoyo al Desarrollo de Proveedores ..... 29
<b>Consumidores y Clientes</b>	<b>Dimensión Social del Consumo</b>	Política de Comunicación Comercial ..... 30
		Excelencia del Servicio ..... 31
		Conocimiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios ..... 32
<b>Comunidad</b>	<b>Relaciones con la Comunidad Local</b>	Gerenciamento del Impacto de la Empresa en la Comunidad del Entorno ..... 33
		Relaciones con Organizaciones Locales ..... 34
	<b>Acción Social</b>	Financiación de la Acción Social ..... 34
		Envolvimiento de la Empresa con la Acción Social ..... 35
<b>Gobierno y Sociedad</b>	<b>Transparencia Política</b>	Contribuciones para Campañas Políticas ..... 36
		Prácticas de Anticorrupción y Propina ..... 36
	<b>Liderazgo Social</b>	Liderazgo e Influencia Social ..... 37
		Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales ..... 38

# Valores y Transparencia

## AUTOREGULACIÓN DE LA CONDUCTA

### AUTOREGULACIÓN DE LA CONDUCTA

- Compromisos Éticos
- Enraizamiento en la Cultura Organizacional

### RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

- Diálogo con las partes interesadas (*Stakeholders*)
- Relaciones con la Competencia
- Balance Social

## Compromisos Éticos

### 1. Con relación a la adopción y alcance de valores y principios éticos:

Los valores de la organización existen de manera informal, estando poco incorporados a los procesos de trabajo	Los valores de la organización están documentados y diseminados	La organización posee un código de ética (en portugués y adaptado al contexto local, en el caso de multinacionales) y orienta y entrena con regularidad a sus empleados de todos los niveles jerárquicos para su adopción.	El código de ética de la organización prevee la participación de empleados, de asociados y/o de la comunidad en su revisión y es sometido a control y auditoría periódicos.	No habíamos tratado antes de este asunto.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
NIVEL 1	NIVEL 2	NIVEL 3	NIVEL 4	No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Informaciones Adicionales

La empresa	si	no
1.1. ¿Incluye el respeto a los derechos humanos <sup>4</sup> como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones?		
1.2. ¿Orienta sus operaciones en concordancia con las declaraciones de los principios de la Organización Internacional del Trabajo <sup>5</sup> (OIT) y/o las directrices para empresas multinacionales <sup>6</sup> de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE)?		
1.3. ¿Divulga sus compromisos éticos por la internet?		

continua

<sup>4</sup> Ejemplo de cuestiones con las cuales la empresa debe estar atenta es la inversión en (o la adquisición de) fábricas que empleen trabajo infantil o sometan a sus empleados a condiciones impropias de salud y seguridad, o en empresas vistas por la comunidad como violadoras de derechos sobre la tierra o del conocimiento tradicional de poblaciones locales. Otro ejemplo es la participación en negocios con representantes del gobierno involucrados con corrupción, situación en la que la empresa puede ser vista como connivente con crímenes contra el patrimonio público y con una distribución de renta fraudulenta. Situaciones como estas producen riesgos que pueden llevar a litigio, extorsión, pérdida de producción, seguros más caros, dificultad de acceso al capital y de reclutamiento y retención de talentos, además, por supuesto, de daños a la reputación. (Vea la Declaración Universal de los Derechos Humanos en el website ([www.mj.gov.br/sedh/dpdlh/gpdh/iddh\\_bib\\_inter\\_universal.htm](http://www.mj.gov.br/sedh/dpdlh/gpdh/iddh_bib_inter_universal.htm)).

<sup>5</sup> Los principios y derechos fundamentales en el trabajo son relacionados a la libertad sindical y al reconocimiento del derecho de negociación colectiva, a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio, a la abolición efectiva del trabajo infantil y a la eliminación de cualquier discriminación relacionada a empleo y ocupación. Más informaciones en el website de la OIT ([www.oit.org/public/portugue/region/amprobrasil/index.htm](http://www.oit.org/public/portugue/region/amprobrasil/index.htm)).

<sup>6</sup> Las directrices de la OCDE para multinacionales suministran principios y calidades voluntarias para la conducta responsable de empresas en áreas como trabajo y relaciones industriales, derechos humanos, medio ambiente, transparencia, competencia, impuestos y ciencia y tecnología. Más informaciones, en el website de la OCDE (<http://www.mre.gov.br/ocdel/intro.htm>).

# Valores y Transparencia

informaciones adicionales (continuación)

El código de ética y/o la declaración de valores de la organización:	si	no
1 .4. ¿Abordan tres o más de las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y accionistas minoritarios?		
1 .5. ¿Prohíben expresamente la utilización de prácticas ilegales (como corrupción, propina y "caja dos") para obtención de ventajas comerciales?		
1 .6. ¿Son explícitos con referencia al compromiso de ética en la gestión de las informaciones de carácter privado obtenidas durante los procesos de la empresa en su interacción con sus diversos públicos (clientes, empleados, proveedores, etc.)?		
1.7. ¿son explícitos con referencia al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas para todas las partes interesadas?		

AUTOREGULACIÓN DE LA CONDUCTA

## Enraizamiento en la Cultura Organizacional

### 2. Con relación a la eficacia en la diseminación de los valores y principios éticos de la empresa:

Los valores son transmitidos esporádicamente o en momentos específicos (contratación de empleado, proceso de auditoría), focalizado en el público interno.	Existen procesos sistemáticos de difusión de los valores para los empleados como para asociados externos.	Además de los valores y principios ser sistemáticamente difundidos, su adopción es evaluada y verificada periódicamente.	Empleados, liderazgos de la organización y compañeros son motivados a contribuir para el monitoreo de la adopción de los valores y principios éticos de la empresa	No habíamos tratado antes de este asunto.
<input type="checkbox"/> NIVEL 1	<input type="checkbox"/> NIVEL 2	<input type="checkbox"/> NIVEL 3	<input type="checkbox"/> NIVEL 4	<input type="checkbox"/>
				No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)
				<input type="checkbox"/>

### Informaciones Adicionales

	Sí	No
2.1. ¿La empresa tiene comités, consejos o responsable(es) formal(es) por cuestiones éticas?		
2.2. ¿Cuestiones éticas son abordadas en investigaciones de orden organizacional?		
2.3. ¿La empresa verifica la adecuación de la actuación de proveedores a sus valores y principios?		

# Valores y Transparencia

## RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

### Diálogo con las Partes Interesadas (*Stakeholders*)

#### 3. Considerando sus impactos sobre distintos grupos de la sociedad, la empresa:

Discute dilemas, estrategias y problemas apenas en el ambiente del liderazgo de la organización	Extiende la discusión a los empleados e interesados directos, dependiendo del tema en cuestión.	Establece mecanismos de diálogo con las diversas partes interesadas en los negocios de la empresa y practica una gestión de transparencia de estrategias y resultados.	Define indicadores de desempeño a partir del diálogo estructurado con las partes interesadas y crea mecanismos para asegurar que los canales de comunicación y discusión sean accesibles y eficientes.	No habíamos tratado antes de este asunto. <input type="checkbox"/>
NIVEL 1 <input type="checkbox"/>	NIVEL 2 <input type="checkbox"/>	NIVEL 3 <input type="checkbox"/>	NIVEL 4 <input type="checkbox"/>	No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.) <input type="checkbox"/>

#### Informaciones Adicionales

La empresa:	si	no
3.1. ¿Mantiene comunicación regular con grupos o partes interesadas que critiquen la naturaleza de sus procesos, productos o servicios?		
3.2. ¿Incluye las expectativas o demandas de las partes interesadas en sus decisiones sobre políticas u operaciones?		
3.3. ¿Posee indicadores de desempeño resultantes del diálogo con las partes interesadas?		

## RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

### Relaciones con la Competencia

#### 4. En cuanto a las políticas de relación con la competencia, la empresa:

Sigue las prácticas de precio y competencia comunes al mercado, cumpliendo la legislación.	Discute internamente la postura de la empresa frente a los competidores y busca un posicionamiento leal.	Discute su postura con proveedores y clientes, alertándolos sobre las cuestiones de la competencia leal, y participa de asociaciones de clase en la discusión de esos aspectos.	Ejerce posición de liderazgo en su segmento en las discusiones relacionadas a la búsqueda de normas de competencia cada vez más elevados (combate a la formación de fusiones y monopolios, prácticas desleales de comercio, fraude en licitaciones y espionaje empresarial).	No habíamos tratado antes de este asunto. <input type="checkbox"/>
NIVEL 1 <input type="checkbox"/>	NIVEL 2 <input type="checkbox"/>	NIVEL 3 <input type="checkbox"/>	NIVEL 4 <input type="checkbox"/>	No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.) <input type="checkbox"/>

# Valores y Transparencia

Informaciones Adicionales	La empresa	si	no
		4.1. ¿En los últimos tres años, fue denunciada por el Consejo Administrativo de Defensa Económica por práctica de competencia desleal?	
	4.2. ¿Expone públicamente sus principios con relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su website, del informe anual, etc.)		

RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

## Balance Social

### 5. Con relación a la elaboración de informe sobre los aspectos económicos, sociales y ambientales de sus actividades, la empresa:

Elabora sin regularidad definida un informe con informaciones sobre sus acciones sociales y ambientales.	Elabora anualmente un informe, describiendo sus acciones sociales y ambientales e incorporando aspectos cuantitativos.	Produce un balance social que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, conteniendo exclusivamente resultados favorables y siendo fácilmente accesible.	Produce un balance social que integra las dimensiones sociales, ambientales y económicas de sus actividades, elaborado con amplio involucramiento interno y de <i>stakeholders</i> <sup>7</sup> externos, y de fácil acceso	No habíamos tratado antes de este asunto. <input type="checkbox"/>
NIVEL 1 <input type="checkbox"/>	NIVEL 2 <input type="checkbox"/>	NIVEL 3 <input type="checkbox"/>	NIVEL 4 <input type="checkbox"/>	No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.) <input type="checkbox"/>

### Informaciones Adicionales

	si	no
5.1. ¿Al publicar informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de su desempeño, la empresa incluye datos desfavorables y discute peticiones?		
5.2. ¿Las informaciones sobre la situación económico-financiera de las actividades de la empresa son auditadas por terceros?		
5.3. ¿Las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de las actividades de la empresa son auditadas por terceros?		
5.4. ¿En el proceso de elaboración y/o lanzamiento del balance social, la empresa involucra por lo menos tres de los siguientes <i>stakeholders</i> : comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general (por ejemplo, por medio de organizaciones de defensa del medio ambiente, sindicatos, organizaciones volcadas para la salud pública o defensa de los derechos humanos, etc.)?		
5.5. ¿La empresa disponibiliza datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades en la internet?		

<sup>7</sup> Vea nota 3.

# Público Interno

## DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

### DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

- Relaciones con Sindicatos Beneficios
- Gestión Participativa

### RESPECTO AL INDIVIDUO

- Compromiso con el Porvenir de los Niños
- Valorización de la Diversidad

### TRABAJO DECENTE

- Política de Remuneración, y Carrera
- Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo
- Compromiso con el Desarrollo Profesional y a Empleabilidad
- Comportamiento Frente a Dimisiones
- Preparación para la Jubilación

## Relaciones con Sindicatos

### 6. Com relación a la participación de empleados en sindicatos<sup>8</sup> y a la relación con sus representantes, la empresa:

<p>No ejerce presión sobre los empleados involucrados en actividades sindicales.</p> <p>NIVEL 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>No ejerce presión y otorga libertad para la actuación de los sindicatos en el local de trabajo.</p> <p>NIVEL 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de permitir la actuación de los sindicatos en el local de trabajo, suministra informaciones sobre las condiciones de trabajo en la empresa, y los dirigentes de la empresa se reúnen periódicamente con los sindicatos para oír sugerencias y negociar reivindicaciones.</p> <p>NIVEL 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Posee mecanismos por los cuales la dirección de la empresa consulta periódicamente los representantes de los sindicatos (y viceversa), suministrando datos financieros y relativos a objetivos estratégicos (cuando éstos afecten a los trabajadores) para subsidiar las discusiones.</p> <p>NIVEL 4 <input type="checkbox"/></p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
--	--	--	--	---

### Informaciones Adicionales

La empresa:	Si	No
6.1. ¿Suministra informaciones que afecten a los trabajadores en tiempo hábil para que el sindicato y los trabajadores se posicionen?		
6.2. ¿Posee acuerdo colectivo con el sindicato de la categoría principal?		
6.3. ¿Posee una comisión de fábrica o de alcance empresarial garantizada por acuerdo colectivo?		
6.4. ¿caso actúe en diferentes regiones, negocia con el conjunto de sindicatos de estas regiones un nivel mínimo de beneficios comunes?		

<sup>8</sup> Para más informaciones sobre temas relacionados al trabajo, visite el website del Departamento Intersindical de Estadísticas y Estudios Socio-Económicos (Dieese): [www.dieese.org.br](http://www.dieese.org.br).

## Gestión Participativa

### 7. Con referencia al involucramiento de los empleados en la gestión, la empresa:

Disponibiliza informaciones económico-financieras de la empresa a sus empleados.	Además de disponibilizar informaciones sobre la empresa, entrena a los empleados para que puedan comprenderlas y analizarlas.	Además de disponibilizar informaciones y entrenar a los empleados para su entendimiento, posee programa para estimular y reconocer sugerencias de empleados para la mejoría de los procesos internos.	Prevé la participación de representantes de los empleados en comités de gestión o en el Consejo de Administración y suministra el entrenamiento necesario para que participen de la formulación de su estrategia.	No habíamos tratado antes de este asunto. <input type="checkbox"/>
<b>NIVEL 1</b> <input type="checkbox"/>	<b>NIVEL 2</b> <input type="checkbox"/>	<b>NIVEL 3</b> <input type="checkbox"/>	<b>NIVEL 4</b> <input type="checkbox"/>	No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.) <input type="checkbox"/>

#### Informaciones Adicionales

#### RESPECTO POR EL INDIVIDUO

	Sí	No
7.1. ¿Todos los integrantes de comisiones de trabajadores — Comisión Interna de Prevención de Accidentes (Cipa), Comisión de Conciliación Previa (CCP), de participación en las ganancias y resultados, etc. — son elegidos por los trabajadores sin interferencia de la empresa?		

## Compromiso con el Porvenir de los Niños

### 8. En el tratamiento de la cuestión de los derechos del niño y del adolescente<sup>9</sup>, la empresa:

Además de respetar la legislación nacional que prohíbe el trabajo antes de los 16 años (excepto en la condición de aprendiz entre los 14 y 16 años), discute internamente la importancia de la educación y las consecuencias del trabajo infantil.	Además de respetar la legislación que prohíbe el trabajo infantil y discutir la cuestión internamente, posee proyectos que contribuyen para el desenvolvimiento de los hijos de los empleados, estimulando sus capacidades técnicas y psicosociales (ciudadanía, deportes, artes).	Además de lo descrito anteriormente, se extienden estos proyectos para los niños de la comunidad	Coordina sus proyectos con otros realizados en la comunidad y actúa junto al poder público en beneficio del niño y del adolescente.	No habíamos tratado antes de este asunto. <input type="checkbox"/>
<b>NIVEL 1</b> <input type="checkbox"/>	<b>NIVEL 2</b> <input type="checkbox"/>	<b>NIVEL 3</b> <input type="checkbox"/>	<b>NIVEL 4</b> <input type="checkbox"/>	No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.) <input type="checkbox"/>

<sup>9</sup> Para más informaciones sobre los derechos del niño y del adolescente, visite el website de la Fundación Abrinq ([www.abrinq.org.br](http://www.abrinq.org.br))

# Público Interno

Informaciones Adicionales	La empresa	Sí	No
	8.1. ¿Posee políticas explícitas de no contratación de mano de obra infantil en sus contratos con terceros?		
	8.2. ¿Discute con otras empresas o presenta propuestas prácticas para el combate del trabajo infantil en su sector (o de manera general)?		

RESPECTO POR EL INDIVIDUO

## Valorización de la Diversidad

### 9. Reconociendo el deber ético de las empresas de combatir todas las formas de discriminación y de valorar las oportunidades ofrecidas por la riqueza étnica y cultural de nuestra sociedad, la empresa:

Se declara contra comportamientos discriminatorios en el ambiente interno y en la relación con sus clientes pero no posee procesos formales de promoción de la diversidad.	Promueve la diversidad por medio de normas escritas que prohíben prácticas discriminatorias regulando los procesos de admisión y promoción y orientando sobre el encaminamiento de la denuncia.	Además de poseer normas escritas ofrece entrenamiento específico sobre el tema y utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas y establecer estrategias de reclutamiento y promoción.	Además de poseer normas antidiscriminatorias, de resaltarlas en los procesos de admisión y promoción de ofrecer entrenamiento sobre el tema y de monitorizar sus cuadros, también desarrolla actividades de valorización de grupos poco representados en la empresa.	No habíamos tratado antes de este asunto. <input type="checkbox"/>
NIVEL 1 <input type="checkbox"/>	NIVEL 2 <input type="checkbox"/>	NIVEL 3 <input type="checkbox"/>	NIVEL 4 <input type="checkbox"/>	No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.) <input type="checkbox"/>

Informaciones Adicionales	La empresa	Sí	No
	9.1. ¿Posee políticas explícitas de no discriminación (de raza, género, edad, religión y orientación sexual) en la admisión y en la promoción de empleados?		
	9.2. ¿Posee políticas de capacitación profesional que buscan mejorar la calificación de grupos comúnmente discriminados (como negros, mujeres o personas con edad superior a 45 años)?		
	9.3. ¿Monitoriza sus cuadros buscando equidad en la participación de hombres y mujeres en cargos gerenciales?		
	9.4. ¿paga salarios y cuenta con beneficios idénticos para hombres y mujeres que ejerzan la misma función en cualquier nivel jerárquico		
	9.5. ¿Paga salarios y cuenta con beneficios idénticos para negros, pardos y blancos que ejerzan la misma función en cualquier nivel jerárquico?		
	9.6. ¿Ofrece flexibilidad de horario para homens y mujeres con hijos menores de 6 años?		

continua

# Público Interno

informações adicionais (continuação)

**A empresa:**

**Sim**

**Não**

9.7. ¿Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual?

9.8. ¿Mantiene un programa especial para la contratación de personas con deficiencia física?

9.9. ¿Ofrece oportunidades de trabajo para ex- presos?

9.10. ¿Posee política preferencial para la contratación de individuos con edad superior a 45 años o desempleados hace más de dos años?

9.11. ¿Apoya proyectos en la comunidad que procuran mejorar la oferta de profesionales calificados provenientes de grupos comúnmente discriminados en el mercado de trabajo?

**La empresa ofrece los beneficios abajo relacionados para empleados hombres y mujeres, indiscriminadamente, abarcando todos los niveles jerárquicos:**

9.12. ¿Convenio médico familiar?

9.13. ¿Auxilio para educación de los hijos?

9.14. ¿Financiación para la casa propia?

9.15. ¿Guardería en el local de trabajo o por la red conveniada?

**TRABAJO  
DECENTE**

## Política de Remuneración, Beneficios y Carrera

### 10. En su política de remuneración, beneficios y carrera, la empresa:

Busca superar los pisos salariales firmados con los sindicatos.

Trata a los empleados como un recurso, estimulándolos por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional, según una política estructurada de carrera, y teniendo en cuenta las habilidades necesarias para su desempeño actual.

Valoriza capacidades potenciales, estimulando a los empleados por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional y teniendo en cuenta su capacidad futura de crecimiento y desarrollo de nuevas habilidades.

Trata los empleados como socios y, además de valorizar capacidades potenciales por medio de la remuneración y del desarrollo profesional, establece mecanismos para que sus representantes participen de la formulación de políticas de remuneración y beneficios, desarrollo profesional y movilidad interna.

No habíamos tratado antes de este asunto.

No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)

NIVEL 1

NIVEL 2

NIVEL 3

NIVEL 4

# Público Interno

Informaciones Adicionales		Sí	No
	10.1. ¿La remuneración variable de la empresa representa más del 20% (veinte por ciento) de la masa salarial?		
<b>La empresa:</b>			
	10.2. ¿Posee políticas con metas para reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración paga por la empresa (monitorizada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, en especie, incluyendo participación en los resultados y programa de bonos)?		
	10.3. ¿Efectuó, en los últimos dos años, un aumento en la proporción entre el menor salario de la empresa y el salario mínimo vigente?		
	10.4. ¿Realiza investigaciones para medir la satisfacción de los empleados en lo que se refiere a su política de remuneración y beneficios?		
<b>La empresa ofrece a los empleados:</b>			
	10.5. ¿Auxilio para la educación de los hijos?		
	10.6. ¿Financiación para la casa propia?		
	10.7. ¿Guardería en el local de trabajo o por la red conveniada?		
	10.8. ¿Convenio médico familiar?		
	10.9. ¿Los mismos beneficios de sus empleados registrados que para los colaboradores apenas comisionados?		
<b>En caso de poseer programa de participación en los resultados de la empresa:</b>			
	10.10. ¿Fue establecido por medio de negociación con la comisión de empleados o por el sindicato y en conformidad con la legislación aplicable?		
<b>El programa de bonificación de la empresa, caso lo posea:</b>			
	10.11. ¿Fue establecido por medio de negociación con la comisión de empleados o por el sindicato y en conformidad con la legislación aplicable?		
	10.12. ¿La empresa ofrece a los empleados bonos adicionales orientados por elementos de sustentación, como sucesos a medio y largo plazo, o el logro de metas relacionadas al desempeño social y ambiental?		

## Atenciones con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo

### 11. Buscando asegurar buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad<sup>10</sup>, la empresa:

<p>Va más allá de las obligaciones legales y tiene planes y metas para alcanzar las normas de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.</p>	<p>Posee planes y metas para superar las normas de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.</p>	<p>Además de tener como meta superar las normas de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector, desarrolla campañas regulares de concienciación e investiga el nivel de satisfacción de los empleados con relación al tema, evidenciando áreas críticas.</p>	<p>Además de desarrollar campañas y realizar investigaciones, las metas e indicadores de desempeño relacionados a condiciones de trabajo, salud y seguridad son definidos con la participación de los empleados y divulgados ampliamente.</p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p>
<p>NIVEL 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

### Informaciones Adicionales

La empresa:	si	no
11.1. ¿Fue certificada por la norma BS 8800, SA 8000 u otra norma equivalente?		
11.2. ¿Ofrece programa de prevención y tratamiento para dependencia de drogas y de alcohol?		
11.3. ¿Ofrece programa específico para la salud de la mujer?		
11.4. ¿Ofrece programa específico para portadores de HIV?		
11.5. ¿Posee política expresa de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones delicadas (¿incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo responsabilidad del área de recursos humanos?		
11.6. ¿Promueve ejercicios físicos durante el horario de trabajo?		
11.7. ¿Desarrolla política de equilibrio trabajo-familia?		
11.8. ¿Posee política de compensación de horas extras para todos los empleados, incluso gerentes y ejecutivos?		

<sup>10</sup> La SA 8000 es la primera norma dedicada para la mejoría de las condiciones de trabajo, abarcando los principales derechos laborales (salud y seguridad, libertad de asociación, horas de trabajo limitadas, compensación, seguridades contra trabajo forzado, discriminación y trabajo infantil) y comprobando su cumplimiento por medio de auditores independientes. La norma sigue la calidad de la ISO 9000 y de la ISO 14000. lo que facilita su implantación por empresas que ya conocen ese sistema ([www.cepaa.org](http://www.cepaa.org)).

## Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad

### 12. Para desarrollar sus recursos humanos, la empresa:

<p>Promueve actividades de entrenamiento específicos, focalizadas en el desempeño de tareas determinadas.</p>	<p>Mantiene actividades sistemáticas de desarrollo y capacitación, buscando el perfeccionamiento continuo de todo su personal y considerando la aplicabilidad en su función actual.</p>	<p>Además de promover la capacitación continuada, ofrece becas o análogos para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la colocación de sus empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual.</p>	<p>En todos los niveles jerárquicos, promueve la capacitación continuada y ofrece becas o análogos para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la colocación de sus empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual.</p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <hr/> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p>
<p>NIVEL 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

#### Informaciones Adicionales

#### La empresa:

	si	no
12.1. ¿Mantiene programas de erradicación del analfabetismo entre sus empleados, con metas y recursos definidos?		
12.2. ¿Mantiene programas de educación básica o enseñanza adicional?		

## Comportamiento Frente a Dimisiones

### 13. Delante de la necesidad de reducción de coste con personal, la empresa:

<p>Busca evitar dimisiones, analizando y discutiendo alternativas de contención y reducción de gastos con todos los empleados.</p>	<p>Además de discutir alternativas, con los empleados, permite acceso a las informaciones que marcaron las decisiones y ofrece un programa de dimisión voluntaria incentivada.</p>	<p>Además de discutir alternativas internamente y crear incentivos para una dimisión voluntaria, establece indicadores socioeconómicos(edad, estado civil, número de dependientes) para orientar la definición de prioridades.</p>	<p>Además de discutir alternativas, permitir acceso a las informaciones y establecer criterios socioeconómicos para la definición de prioridades, ofrece adicionalmente servicios de recolocación y/o financia a recapitación y mantenimiento de beneficios a los trabajadores dimitidos, en todo el niveles jerarquicos</p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <hr/> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p>
<p>NIVEL 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>



# Medio Ambiente

## RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS

### RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS

- Comprometimiento de la Empresa con la Causa Ambiental
- Educación Ambiental

### GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

- Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios
- Minimización de Entradas y Salidas de Materiales

## Comprometimiento de la Empresa con la Causa Ambiental

### 15. Para tratar con la debida relevancia y responsabilidad los impactos ambientales resultantes de sus actividades, la empresa:

<p>Además de cumplir rigurosamente los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional, desenvuelve programas internos de mejoramiento ambiental.</p>	<p>Además de cumplir la legislación, prioriza políticas preventivas y posee un área o comité responsable por el medio ambiente.</p>	<p>Trata la cuestión ambiental como tema transversal en su estructura organizacional y la incluye en la planificación estratégica.</p>	<p>Desarrolla nuevos negocios (o nuevo modelo para el negocio ya existente) teniendo en cuenta, desde la concepción, los principios y las oportunidades relacionadas a la sustentación ambiental.</p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p>
<p>NIVEL 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

### Informaciones Adicionales

La empresa:	si	no
15.1. ¿Tiene una persona responsable por el área del medio ambiente que participa de sus decisiones estratégicas?		
15.2. ¿Participa de comites/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad?		
15.3. ¿Contribuye para el preservación de la biodiversidad por medio de proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección de animales amenazados?		
15.4. ¿Posee unidades de negocio operando actualmente en áreas protegidas o ambientalmente delicadas?		

## Educación Ambiental

**16. Buscando contribuir para la concienciación de la población con referencia a los desafíos ambientales consecuentes de la actividad humana e incluir valores de responsabilidad ambiental, la empresa:**

<p>Desarrolla puntualmente acciones de educación ambiental y entrenamiento sobre esta temática para empleados o en consecuencia de presión externa (como exigencias del gobierno, crisis de suministro, etc).</p> <p><b>NIVEL 1</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Desarrolla sistemáticamente actividades de educación ambiental focalizadas en el público interno, disponibilizando informaciones y promoviendo discusiones.</p> <p><b>NIVEL 2</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de campañas internas, desarrolla campañas de concienciación y de educación ambiental dirigidas a familiares de empleados y a la comunidad del entorno inmediato de la empresa.</p> <p><b>NIVEL 3</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de desarrollar campañas, la empresa participa o apoya proyectos educacionales en asociación con organizaciones ambientalistas y ejerce liderazgo social en favor de esa causa.</p> <p><b>NIVEL 4</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
--	---	---	---	---

### Informaciones Adicionales

#### La empresa

si no

- |   | si | no |
|---|----|----|
| 16.1. ¿Desarrolla periódicamente campañas internas de reducción del consumo de agua y energía?            |    |    |
| 16.2. ¿Desarrolla campañas internas de educación para el consumo consciente y el reciclaje de materiales? |    |    |

## GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

## Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios

**17. Considerando los impactos ambientales causados por sus procesos / productos / servicios, la empresa:**

<p>Produce estudios de impacto ambiental según exigencias de la legislación y focaliza su acción preventiva en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y riesgo a la seguridad de sus empleados.</p> <p><b>NIVEL 1</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de cumplir con el deber legal, conoce y desarrolla acciones para prevenir los principales impactos ambientales causados por sus procesos/productos/servicios, y realiza regularmente actividades de control y monitoreo.</p> <p><b>NIVEL 2</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Posee sistemas de gestión ambiental estandarizados y formalizados, incluyendo amplia identificación de riesgos, plan de acción, destino de recursos, entrenamiento de empleados y auditoría.</p> <p><b>NIVEL 3</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de poseer sistema de gestión ambiental, produce estudios de impacto en toda la cadena productiva; desarrollando la asociación con proveedores buscando la mejoría de sus procesos de gestión ambiental y participa del destino final del producto y procesos, después del consumo.</p> <p><b>NIVEL 4</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
--	---	--	---	---

# Medio Ambiente

Informaciones Adicionales	La empresa:	si	no
		17.1. ¿Posee un plan de emergencia ambiental que relaciona todos sus procesos/productos/servicios que envuelven situaciones de riesgo, y entrena a sus empleados en intervalos frecuentes para enfrentar tales situaciones?	
17.2. ¿Posee política y sistema de monitoreo buscando el aumento del desempeño ambiental de la logística y gestión de la flota (tanto para vehículos de la empresa como los de sus contratados)?			
17.3. ¿Posee programa de gerenciamento de residuos con la participación del cliente, como para la recolección de materiales tóxicos o de reciclaje post-consumo?			
17.4. ¿Suministra a sus consumidores/clientes informaciones detalladas sobre daños ambientales resultantes del uso y del destino final de sus productos?			
17.5. ¿Discute con proveedores los impactos ambientales causados por sus productos o servicios?			

## GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL **Minimizaçãõ de Entradas y Salidas de Materiales**

### 18. Con el objetivo de prevenir y reducir daños ambientales y optimizar procesos, la empresa:

<p>Sin alterar su patrón tecnológico actual, ha buscado reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas, e implantar procesos de destino adecuado de residuos.</p> <p><b>NIVEL 1</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Ha invertido en la actualización de su patrón tecnológico, buscando la reducción y/o sustitución de recursos de entrada y la reutilización de residuos (por la propia empresa o por terceros).</p> <p><b>NIVEL 2</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de invertir en la reducción y en la reutilizaçãõ de recursos, posee un proceso para medir, monitorizar y auditar periódicamente los aspectos ambientales significativos relacionados al consumo de recursos naturales y a la producción de residuos y dejectos, estableciendo periódicamente nuevas metas.</p> <p><b>NIVEL 3</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Está próxima de alcanzar un alto nivel de sustentación y/o provocar impacto ambiental cero (por medio de estrategias de reutilización y compensación ambiental que abarcan todo el sistema productivo).</p> <p><b>NIVEL 4</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
--	--	---	---	---

Informaciones Adicionales	La empresa:	si	no
		18.1. ¿Posee iniciativas para el uso de fuentes de energía renovable?	
18.2. ¿Mantiene acciones de control de polución causada por vehículos propios y de terceros a su servicio?			

continua

## Medio Ambiente

informaciones adicionales (continuación)

**La empresa posee sistema de monitoreo con metas específicas para:**

**Sí**

**no**

18.3. ¿El aumento de la eficiencia energética?

18.4. ¿La reducción del consumo de agua?

18.5. ¿La reducción de la producción de residuos sólidos?

18.6. ¿La reducción de la emisión de CO<sup>2</sup> y otros gases del efecto estufa en la atmósfera?

# Proveedores

## SELECCIÓN, AVALIACIÓN Y ASOCIACIÓN CON PROVEEDORES

### SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN CON PROVEEDORES

- Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores
- Trabajo Infantil en la Cadena Productiva
- Relaciones con Trabajadores Tercerizados
- Apoyo al Desarrollo de Proveedores

### Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

#### 19. Para regular sus relaciones con proveedores y asociados, la empresa:

<p>Posee políticas de selección y evaluación, de proveedores y asociados, conocidas por las partes involucradas y basadas apenas en factores como calidad, precio y plazo.</p>	<p>Posee normas conocidas de selección y evaluación de proveedores que contemplan criterios y exigencias relativos al cumplimiento de la legislación laboral, jubilatoria y fiscal.</p>	<p>Además de criterios básicos de respeto a la legislación, sus normas de selección y evaluación de proveedores incluyen criterios específicos de responsabilidad social, como prohibición del trabajo infantil, relaciones de trabajo adecuadas y adopción de normas ambientales.</p>	<p>Además de los criterios descriptos anteriormente, exige que sus proveedores reproduzcan sus exigencias en lo que se refiere a la responsabilidad social para sus respectivos proveedores y que monitoricen esos criterios periódicamente.</p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <hr/> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p>
<p>NIVEL 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

#### Informaciones Adicionales

La empresa	Si	No
19.1. ¿Al seleccionar proveedores (o desarrollar nuevos proveedores), incluye como criterio la práctica efectiva de procesos éticos de gestión de las informaciones de carácter privado logradas durante los procesos de la empresa en su interacción con clientes o con el mercado en general?		
19.2. ¿Discute cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores procurando el entrenamiento y adecuación de ellos a sus criterios?		
19.3. ¿Establece plazo formal para la conformidad de sus proveedores con sus criterios de responsabilidad social?		
19.4. ¿Al exigir prácticas de responsabilidad social de sus proveedores, realiza visitas de inspección de esas prácticas?		

# Proveedores

SELECCIÓN Y EVALUACIÓN  
Y ASOCIACIÓN CON PROVEEDORES

## Trabajo Infantil en la Cadena Productiva

### 20. En sus relaciones con proveedores y asociados, la empresa:

<p>Discute con ellos la cuestión del trabajo infantil y los estimula a cumplir la legislación.</p>	<p>Allende discutir la cuestión, posee una cláusula específica en sus contratos con proveedores relativa a la prohibición del trabajo infantil.</p>	<p>Además de poseer cláusulas contractuales en sus contratos con proveedores que prohíben el trabajo infantil, verifica su cumplimiento.</p>	<p>Articula programas y actividades que procuran erradicar el trabajo infantil en su cadena productiva, incluyendo su prohibición en los contratos de sus proveedores con terceros.</p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p>
<p>NIVEL 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 4 <input type="checkbox"/></p>	<p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p>

SELECCIÓN, EVALUACIÓN  
Y ASOCIACIÓN CON PROVEEDORES

## Relaciones con Trabajadores Tercerizados

### 21. En sus relaciones con trabajadores tercerizados y/o con los proveedores de esos servicios, la empresa:

<p>Mantiene relación contractual dentro de los parámetros legales de co-responsabilidad por el cumplimiento de las obligaciones laborales y jubilatorias.</p>	<p>Monitoriza periódicamente el cumplimiento de los requisitos establecidos, exigiendo que sean hechos ajustes que garanticen lo correcto cumplimiento de la legislación.</p>	<p>Además de monitorizar el cumplimiento de la legislación, negocia con sus proveedores para que proporcionen a sus empleados niveles salariales compatibles con las medias de mercado.</p>	<p>Ofrece al trabajador tercerizado las mismas condiciones de salud y seguridad y el acceso a beneficios básicos gozados por los empleados regulares como transporte, alimentación, guardería, ambulatorio, etc.</p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p>
<p>NIVEL 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 4 <input type="checkbox"/></p>	<p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p>

### Informaciones Adicionales

#### La empresa:

	si	no
21.1. ¿Integra a los trabajadores tercerizados a sus programas de entrenamiento y desarrollo profesional?		
21.2. ¿Posee un número de trabajadores tercerizados superior al 20% (por ciento) de los contratados?		

# Proveedores

SELECCIÓN Y ASOCIACIÓN  
COM PROVEEDORES

## Apoyo al Desarrollo de Proveedores

### 22. Con relación a proveedores de igual o menor porte, la empresa:

<p>Negocia con transparencia y establece relaciones contractuales apenas con base en criterios comerciales.</p>	<p>Contribuye para la mejoría del patrón gerencial de los asociados, disponibilizando informaciones y promoviendo actividades conjuntas de entrenamiento.</p>	<p>Además de contribuir para la mejoría gerencial, mantiene relaciones comerciales duraderas con compañeros y utiliza criterios de negociación que consideran su crecimiento futuro.</p>	<p>Además de aportar para el crecimiento de sus suministradores de igual o menor porte, estimula y facilita su involucramiento en proyectos sociales y ambientales.</p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <hr/> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p>
<p>NIVEL 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

### Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
<p>22.1. ¿Incluye entre sus proveedores a individuos o grupos de la comunidad local, tales como cooperativas, asociaciones de barrio y organizaciones con proyectos de producción de renta para grupos comúnmente excluidos (poblaciones indígenas, personas con deficiencia, etc.)</p>		

# Consumidores y Clientes

## DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO<sup>11</sup>

### DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

- Política de Comunicación Comercial
- Excelencia en el Atendimento
- Conocimiento y Gerenciamento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios

### Política de Comunicación Comercial

#### 23. Considerando la influencia de su política de comunicación comercial en la creación de una imagen de credibilidad y confianza, la empresa:

Enfoca sus estrategias de comunicación en los objetivos relacionados al volumen de ventas y resultados financieros de corto plazo.

NIVEL 1

Tiene una política formal de comunicación alineada con sus valores y principios, abarcando todo su material de comunicación, tanto interno como externo.

NIVEL 2

Además de tener una política de comunicación contenedora y alineada con sus valores y principios, busca estimular la comunicación de los clientes y consumidores con la empresa y aclarar aspectos innovadores o controvertidos de sus productos y servicios, bien como alertar por eventuales efectos perjudiciales y atenciones necesarios para su uso.

NIVEL 3

Además de tener una política de comunicación y aclarar y alertar por las atenciones necesarias al uso de sus productos y servicios, desarrolla asociación con proveedores, distribuidores, asistencia técnica y representantes de consumidores buscando crear una cultura de responsabilidad y transparencia en la comunicación con consumidores y clientes.

NIVEL 4

No habíamos tratado antes de este asunto.

No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)

#### Informaciones Adicionales

La empresa	si	no
23.1. ¿Actualiza siempre que sea necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, envases, prospectos, manuales de operación, instrucciones de uso, terminos de garantía y materiales publicitarios, entre otros), para tornar más transparente la relación y más seguro el uso de los productos?		
23.2. ¿Llama la atención del cliente/consumidor para alteraciones en las características (composición, calidad, plazos, peso, precio, etc.) de sus productos o servicios?		
23.3. ¿Tiene política formal contra propaganda que coloque niños, adolescentes, negros, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, avergonzadora, irrespetuosa o de riesgo?		
23.4. ¿Realiza análisis previo de piezas publicitarias para verificar la conformidad con sus valores éticos y con la legislación de defensa del consumidor?		
23.5. ¿Tuvo, en los últimos tres años, alguna pieza de comunicación que haya sido objeto de reclamación de clientes, proveedores o competidores?		

continúa

# Consumidores y Clientes

informaciones adicionales (continuación)

**Con relación a violaciones del Código de Defensa del Consumidor La empresa:**

**si**

**no**

23.6. ¿Ya tuvo productos multados por el no cumplimiento del reglamento referente a la información y etiquetaje?

23.7. ¿Fue, en los últimos tres años, denunciada o punida por entidades como Procon, Vigilancia Sanitaria, Instituto de Pesos y Medidas (Ipem), etc?

DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

## Excelencia del Atendimento

**24. Con referencia a su compromiso con la calidad de los servicios de atendimento al consumidor/cliente, la empresa:**

Posee un atendimento básico receptivo, ampliamente divulgado, centralizado en la información al consumidor / cliente y en la solución de demandas individuales.

NIVEL 1

Proporciona fácil acceso del consumidor/cliente al servicio de su interés, registra y comunica internamente las manifestaciones del consumidor cliente, resolviendo rápida e individualmente las demandas y orientando al consumidor / cliente sobre los procedimientos adoptados.

NIVEL 2

Además de registrar las manifestaciones y resolver rápidamente las demandas, posee procesos que incluyen la búsqueda de las causas de los problemas y la utilización de esas informaciones para determinar la calidad de los productos y servicios.

NIVEL 3

Actúa ventajosamente en el establecimiento de canales de comunicación con el consumidor/cliente, gratuitos y de fácil acceso, e incorpora sus manifestaciones y expectativas en el desarrollo de productos y servicios y en la revisión del material de comunicación.

NIVEL 4

No habíamos tratado antes de este asunto.

No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)

### Informaciones Adicionales

	Sí	No
24.1. La empresa tiene un Servicio de Atendimento al Cliente (SAC) u otra forma de atendimento especializado para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamaciones relativas a sus productos y servicios		
24.2. La empresa promueve entrenamiento continuo de sus profesionales de atendimento para una relación ética y de respeto con los derechos del consumidor		
24.3. La empresa entrena e incentiva a sus profesionales de atendimento a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas		
24.4. La empresa entrena continuamente a sus profesionales de atendimento y áreas correlativas sobre la importancia de procedimientos éticos en la obtención, mantenimiento y uso de las informaciones de carácter privado resultantes de la interacción con sus consumidores y clientes (o usuarios)		
24.5. El servicio de atendimento a consumidores/clientes es acompañado por indicadores y tiene representación en los procesos de tomar decisiones de la empresa		

# Consumidores y clientes

DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

## Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios

### 25. En cuanto al conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de sus productos y servicios<sup>12</sup> la empresa:

<p>Realiza esporádicamente estudios e investigaciones técnicas sobre daños potenciales de sus productos y servicios para los consumidores/clientes</p>	<p>Realiza estudios e investigaciones técnicas sobre riesgos potenciales y divulga tales informaciones para asociados comerciales, adoptando medidas preventivas o correctivas con agilidad.</p>	<p>Disponibiliza informaciones detalladas y entrena el personal interno y los asociados externos para que adopten medidas preventivas y correctivas con agilidad y eficiencia, teniendo un compromiso de transparencia, incluso con el consumidor, e integración de iniciativas en situaciones de crisis.</p>	<p>Hace investigaciones y trabaja con proveedores y distribuidores, consumidores, competidores y gobierno para un continuo perfeccionamiento de los productos y servicios sustituyendo componentes, tecnologías y procedimientos para minimizar riesgos a la salud y a la seguridad, evitar daños morales y garantizar la privacidad del consumidor/cliente.</p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <hr/> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p>
<p>NIVEL 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

#### Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
25.1. ¿Mantiene un programa especial centralizado en salud y seguridad del consumidor/cliente, de sus productos y servicios?		
25.2. ¿Posee sistemas internos ágiles y capacita su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia a las situaciones de crisis?		
25.3. ¿Fue, en los últimos tres años, procesada por el no cumplimiento de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente?		
25.4. ¿Tuvo, en los últimos cinco años, productos retirados del mercado por presión de clientes/consumidores/órganos de defensa?		
25.5. ¿Tiene servicios/productos prohibidos en otros países y aún comercializados en Brasil o exportados?		
25.6. ¿Posee una política formal de protección a la privacidad e/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor/cliente (o usuario)?		
25.7. ¿Informa al cliente el propósito de la recolección de informaciones personales antes de hacerla?		
25.8. ¿Solicita apenas informaciones personales relevantes y que no van más allá de los objetivos para los cuales declara ser necesarias?		
25.9. ¿Suministra informaciones registradas del cliente a terceros apenas mediante la autorización de él?		
25.10. ¿Posee una política que permita al consumidor / cliente o usuario la inclusión, alteración y exclusión de sus datos del banco de informaciones de la empresa?		
25.11. ¿Posee registros de reclamación por falta de respeto a la privacidad del cliente?		

<sup>12</sup> Las empresas prestadoras de servicios tienen como fuente potencial de daños al cliente, la exposición de los datos personales usados en las transacciones, siendo importante considerar también ese aspecto en la auto-evaluación.

# Comunidad

## RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL

### RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL

- Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad del Entorno
- Relaciones con Organizaciones Locales

### ACCIÓN SOCIAL

- Financiación de la Acción Social
- Envolvimiento de la Empresa con la Acción Social

## Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad del Entorno

**26.** Considerando sus posibles impactos en la vida de la comunidad (demanda sobre centros de salud y recreación, guarderías, transporte público, tráfico de vehículos, etc.), la empresa:

<p>Busca tomar medidas reparatoras en respuesta a las reclamaciones y manifestaciones de la comunidad.</p>	<p>Conoce en profundidad sus impactos en la comunidad, posee un proceso estructurado para registrar reclamaciones y promueve reuniones sistemáticas para informar liderazgos locales sobre providencias tomadas.</p>	<p>Posee una política formal de anticipación a las demandas de la comunidad e la informa sobre actuales y futuros planes y impactos de sus actividades y envuelve a la comunidad en la resolución de los problemas.</p>	<p>Además de poseer una política formal de relación con la comunidad, mantiene comités permanentes o grupos de trabajo con la participación de liderazgos locales para analizar sus actividades y monitorizar sus impactos.</p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p>
<p>NIVEL 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>NIVEL 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

### Informaciones Adicionales

	si	no
26.1. ¿La empresa participa activamente de la discusión de problemas comunitarios y del encaminamiento de soluciones?		
26.2. La empresa contribuye con mejoras par la infraestructura o para el ambiente local que puedan ser usufructuadas por la comunidad (viviendas, carreteras, puentes, escuelas, hospitales, etc.)?		
<b>La empresa ya recibió reclamaciones o manifestaciones de la comunidad (peticiones, infrascritos, protestos) a causa de:</b>		
26.3. ¿Exceso de basura, producción de mal olor, efluentes y otras formas de polución (sonora, visual, etc)?		
26.4. ¿Exceso de tráfico de vehículos, causando barullo y trastorno?		
26.5. ¿Interferencia en sistemas de comunicación?		
26.6. ¿Otros motivos?		

## Relaciones con Organizaciones Locales

**27.** Con relación a las organizaciones comunitarias, ONGs y equipos públicos (escuela, puestos de salud, etc.) presentes en su entorno, la empresa:

<p>Conoce superficialmente sus actividades y responde puntualmente a eventuales pedidos de apoyo.</p> <p><b>NIVEL 1</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Participa de la vida asociativa local y apoya varias entidades con donaciones, financiación de proyectos, capacitación de los liderazgos involucrados y diseminación de experiencias exitosas.</p> <p><b>NIVEL 2</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Mantiene asociaciones de largo plazo con entidades de la comunidad local y participa de la elaboración e implantación de proyectos conjuntos.</p> <p><b>NIVEL 3</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de asociaciones con entidades locales, busca influenciar políticas públicas, estableciendo alianzas y participando de diversas redes, para maximizar su contribución para el desarrollo local.</p> <p><b>NIVEL 4</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
--	--	---	---	---

### Informaciones Adicionales

La empresa:	si	no
27.1. ¿Hace un levantamiento de las necesidades locales antes de esbozar seus proyotos en la comunidad?		
27.2. ¿Realiza, en conjunto con organizaciones locales, campañas educativas y/o de interés público en la comunidad?		

## ACCIÓN SOCIAL

## Financiación de la Acción Social

**28.** La financiación de la acción social de la empresa es basado en:

<p>Cuantía variable, administrada arbitrariamente por el director o gerente, en respuesta a solicitudes externas</p> <p><b>NIVEL 1</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Dineros definidos en presupuesto anual, administradas con transparencia por un comité o grupo de trabajo, conforme criterios preestablecidos.</p> <p><b>NIVEL 2</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Programa social estructurado, con dotación presupuestaria estable, gerenciado por equipo especializado.</p> <p><b>NIVEL 3</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Programa social estructurado que cuenta con mecanismo propio para la producción de renta, estando asegurada su continuidad a largo plazo (fondo patrimonial y/o porcentaje fijo sobre la facturación de la empresa).</p> <p><b>NIVEL 4</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
---	---	---	--	---

# Comunidad

Informaciones Adicionales	La empresa	si	no
		28.1. ¿Incluye a la acción social y sus responsables en el proceso general de planificación estratégica?	
28.2. ¿Utiliza especialistas en el ciclo de planeamiento, monitoreo y evaluación de su acción social?			
28.3. ¿Planea su acción social visando maximizar seu_impacto a largo plazo?			
28.4. ¿Optimiza el impacto de su acción social apalancando recursos de otras empresas u organizaciones privadas y/o la participación de órganos públicos?			
28.5. ¿Tiene procedimiento de consulta periódica de los beneficiarios de su acción social, monitorizandola por medio de indicadores de desempeño?			

ACCIÓN SOCIAL

## Envolvimiento de la empresa con la Acción Social

### 29. Como forma de concretar su acción social, la empresa:

Hace donaciones de productos y recursos financieros, y/o moviliza el trabajo voluntario de sus empleados, y/o desarrolla proyectos sociales propios.	Además de donaciones y/o proyectos sociales corporativos, cede instalaciones, horas de sus empleados o equipos para actividades relacionadas a esos proyectos.	Además de apoyo material, posee un proyecto estructurado por el cual cede sus capacidades técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales (corporativos o realizados por terceros).	Además de apoyo material y aporte de capacidades, involucra a las organizaciones o liderazgos locales en el esbozo y en la implementación de los proyectos sociales e intercede perante otros organismos, públicos o privados, por la concretizaçãõ de esos proyectos.	No habíamos tratado antes de este asunto. <input type="checkbox"/>
NIVEL 1 <input type="checkbox"/>	NIVEL 2 <input type="checkbox"/>	NIVEL 3 <input type="checkbox"/>	NIVEL 4 <input type="checkbox"/>	No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.) <input type="checkbox"/>

Informaciones Adicionales	La empresa:	si	no
		29.1. ¿Utiliza los incentivos fiscales de deducción o descuento de donaciones y patrocinios?	
29.2. ¿Utiliza el incentivo fiscal del 1% del IR debido para contribuir con los fondos administrados por los consejos de los Derechos del Niño y del Adolescente?			
29.3. ¿Posee mecanismos para estimular proveedores, accionistas y otras partes interesadas a hacer donaciones financeiras?			
29.4. ¿Ofrece oportunidades de trabajo voluntario y estimula a sus empleados a participar de los proyectos sociales que desarrolla o apoya?			
29.5. ¿Autoriza el uso controlado de horas pagadas para el trabajo voluntario?			

# Gobierno y Sociedad

## TRANSPARENCIA POLÍTICA

### TRANSPARENCIA POLITICA

- Contribuciones para Campañas Políticas
- Prácticas Anticorrupción y Propina

### LIDERAZGO SOCIAL

- Liderazgo e Influencia Social
- Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

## Contribuciones para Campañas Políticas

### 30. Con relación a la lo financiación de candidatos a cargos públicos y de partidos políticos, la empresa:

<p>Financia candidatos o partidos con base en suyos intereses, participando de la decisión apenas miembros de la alta dirección.</p> <p><b>NIVEL 1</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Financia candidatos o partidos adentro de reglas y criterios definidos internamente. Es transparente en la</p> <p><b>NIVEL 2</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>divulgación para el público interno de las reglas y criterios usados para definir su actuación política ei o donaciones a campañas políticas, permitiendo al público externo acceso a esas informaciones.</p> <p><b>NIVEL 3</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>No financia candidatos ni partidos, o financia de manera transparente, sin constreñir o ejercer presión psicológica sobre empleados de opción política contraria. Estimula y facilita el debate con los candidatos sugeridos por los empleados.</p> <p><b>NIVEL 4</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
---	--	---	---	---

### Informaciones Adicionales

	si	no
30.1. ¿En los últimos cinco años, la empresa fue mencionada negativamente en la prensa por aportar financieramente para campaña política?		

## TRANSPARENCIA POLÍTICA

## Prácticas Anticorrupción y Propina

### 31. En la relación con autoridades, agentes y fiscales del poder público, en todos los niveles, la empresa:

<p>Busca evitar situaciones que involucran favorecimiento a agentes del poder público, sin embargo no tiene procedimientos formales y divulgados, de control y castigo.</p> <p><b>NIVEL 1</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Mantiene postura reconocida por el público interno en lo que se refiere a la prohibición de favorecimiento directo o indirecto a agentes del poder público.</p> <p><b>NIVEL 2</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Posee normas escritas sobre el tema y divulgadas ampliamente para el público interno y externo (representantes del poder público con los cuales se relaciona) y mantiene procedimientos formales de control, punición y auditoría.</p> <p><b>NIVEL 3</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de divulgar sus normas interna y externamente y auditar regularmente su cumplimiento, incluye entre ellas la obligatoriedad de denunciar a las autoridades superiores cualquier oferta recibida.</p> <p><b>NIVEL 4</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
--	---	--	---	---

## Gobierno y Sociedad

### Informaciones Adicionales

La empresa:	si	no
31.1. tuvo su nombre mencionado en la prensa en los últimos cinco años bajo sospecha de haber participado de incidentes involucrando el ofrecimiento de propina o la práctica de corrupción de agentes públicos		
32.2. ¿prevé medidas punitivas a los colaboradores y empleados involucrados en el favorecimiento a agentes del poder público?		

### LIDERAZGO SOCIAL

#### Liderazgo e Influencia Social

#### 32. Buscando ejercer su ciudadanía por medio de asociaciones y foros empresariales, la empresa:

Participa de comisiones y grupos de trabajo relacionados a la defensa y promoción de los intereses específicos de su ramo o sector de negocio.	Participa de comisiones y grupos de trabajo relacionados a las a cuestiones de interés público y de responsabilidad social.	Participa activamente, contribuyendo con recursos humanos o financieros, de procesos de elaboración de propuestas de interés público y carácter social.	Posee miembros de su alta dirección involucrados en la elaboración de propuestas de carácter social y en diálogo con autoridades públicas buscando su adopción.	No habíamos tratado antes de este asunto.
<input checked="" type="checkbox"/> NIVEL 1	<input type="checkbox"/> NIVEL 2	<input type="checkbox"/> NIVEL 3	<input type="checkbox"/> NIVEL 4	<input type="checkbox"/> No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)

### Informaciones Adicionales

La empresa:	si	no
32.1. ¿patrocina o realiza campañas de medios de comunicación exclusivamente relacionados a cuestiones de interés público?		

## Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

### 33. En su involucramiento con las actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales, la empresa:

<p>Contribuye apenas con el pago de impuestos.</p> <p><b>NIVEL 1</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Contribuye ocasionalmente con el poder público en la realización de eventos y actividades específicas y/o apoya financieramente programas y proyectos del poder público, en respuesta a las solicitudes de las autoridades.</p> <p><b>NIVEL 2</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Contribuye regularmente con recursos humanos, técnicos o financieros para la realización de proyectos específicos y localizados, ejecutados por entidades gubernamentales.</p> <p><b>NIVEL 3</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>Participa activamente de la elaboración, perfeccionamiento y ejecución de políticas públicas de interés general.</p> <p><b>NIVEL 4</b> <input type="checkbox"/></p>	<p>No habíamos tratado antes de este asunto.</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>No vemos aplicación de esto en nuestra empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
---	---	--	--	---

#### Informaciones Adicionales

La empresa:	si	no
33.1. ¿Adopta o desarrolla asociación con escuelas públicas, buscando mejorar la calidad de enseñanza?		
33.2. ¿Patrocina programa público o privado de bolsa escolar?		
33.3. ¿Participa de alguna forma del Programa Hambre Cero?		

# Modelo

## Valores y Transparencia

### 1. Compromisos Éticos

	S	N
1.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 2. Enraizamiento en la Cultura Organizacional

	S	N
2.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 3. Diálogo con las Partes Interesadas (Stakeholders)

	S	N
3.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 4. Relaciones con la Competencia

	S	N
4.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 5. Balance Social

	S	N
5.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Público Interno

### 6. Relaciones con Sindicatos

	S	N
6.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 7. Gestión Participativa

	S	N
7.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 8. Compromiso con el Porvenir de los Niños

	S	N
8.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 9. Valorización de la Diversidad

	S	N
9.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 10. Política de Remuneración, Beneficios y Carrera

	S	N
10.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 11. Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo

	S	N
11.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 12. Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad

	S	N
12.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 13. Comportamiento Frente a Dimisiones

	S	N
13.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 14. Preparación para la Jubilación

	S	N
14.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Medio Ambiente

### 15. Comprometimiento de la Empresa con a Causa Ambiental

	S	N
15.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 16. Educación Ambiental

	S	N
16.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 17. Gerenciamento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios

	S	N
17.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# Modelo

## 18. Minimização de Entradas y Salidas y Materiales



	S	N
18.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 24. Excelencia en el Atendimento



	S	N
24.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 28. Financiación de la Acción Social



	S	N
28.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Proveedor

## 19. Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores



	S	N
19.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 20. Trabajo Infantil en la Cadena Productiva



## 21. Relaciones con Trabajadores Terceirizados



	S	N
21.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 22. Apoyo al Desarrollo de Proveedores



	S	N
22.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Consumidores y Clientes

## 23. Política de Comunicación Comercial



	S	N
23.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 25. Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de Productos y Servicios



	S	N
25.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Comunidad

## 26. Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad del Entorno



	S	N
26.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 27. Relaciones con Organizaciones Locales



	S	N
27.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 29. Comprometimiento de la Empresa con la Acción Social



	S	N
29.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Gobierno y Sociedad

## 30. Contribuciones para Campañas Políticas



	S	N
30.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 31. Prácticas Anticorrupción y Propina



	S	N
31.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 32. Liderazgo e Influencia Social



	S	N
32.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 33. Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales



	S	N
33.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# ADJUNTO

## Indicadores Cuantitativos

(uso interno, no califica)

Los indicadores cuantitativos que siguen son de uso interno de la empresa y no serán enviados al Instituto Ethos<sup>13</sup>. Deben ser utilizados, no apenas como soporte en la respuesta a los Indicadores Ethos de RSE 2003, sino también ser incorporados al monitoreo y evaluación de la gestión de la responsabilidad social empresarial. El levantamiento sistemático de esos datos (que pueden ser evaluados según series anuales y cruzados con otros datos) permite un análisis más objetivo de los resultados de la empresa, facilitando la elaboración del Balance Social.

### REFLECCIONE SOBRE LA EVOLUCIÓN DE ESTOS INDICADORES EN LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS

## Público Interno

REPETO POR EL INDIVIDUO

### Valorización de la Diversidad

9.

Porcentaje de mujeres con relación al total de colaboradores

Porcentaje de mujeres en cargos gerenciales con relación al total de cargos gerenciales

Porcentaje de mujeres negras y pardas con relación al total de colaboradores

Porcentaje de mujeres negras y pardas en cargos gerenciales con relación al total de cargos gerenciales

Porcentaje de hombres negros y pardos con relación al total de colaboradores

Porcentaje de hombres negros y pardos en cargos gerenciales con relación al total de cargos gerenciales

Porcentaje de colaboradores com más de 45 de edad con relación al número total de colaboradores

Salario medio mensual en cargos gerenciales - Mujeres blancas (R\$)

Salario medio mensual en cargos gerenciales - Mujeres negras y pardas (R\$)

Salario medio mensual en cargos gerenciales - Hombres blancos (R\$)

Salario medio mensual en cargos gerenciales - Hombres negros y pardos (R\$)

<sup>13</sup> Observar el modo como estos indicadores evolucionan es muy importante. Por eso, el Instituto Ethos está desarrollando una forma específica de acompañarlos.

# ADJUNTO

## Público Interno

TRABAJO DECENTE

### Política de Remuneración, Beneficios y Carrera

10.

División de la mayor remuneración por la menor remuneración en especie pagada por la empresa (participación en los resultados y programa de bonos) (R\$)

División del menor salario de la empresa por el salario mínimo vigente (R\$)

#### Con relación al programa de participación en los resultados de la empresa:

Porcentaje de los valores distribuidos con relación a la masa salarial (%)

Porcentaje de empleados beneficiados (%)

#### Con relación al programa de bonificación de la empresa:

Porcentaje de valores distribuidos con relación a la masa salarial (%)

Porcentaje de empleados beneficiados (%)

Porcentaje de acciones de la empresa en poder de los empleados (%)

TRABAJO DECENTE

### Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo

11.

Promedio de horas extras por empleado/año

Promedio de accidentes de trabajo por empleado/año.

Porcentaje de los accidentes que resultaron en alejamiento temporal del(os) empleado(s)/prestador(es) de servicio

Porcentaje de los accidentes que resultaron en mutilación u otros daños a la integridad física del(os) empleado(s)/prestador(es) de servicio, con alejamiento permanente del cargo (incluyendo LER)

Porcentaje de los accidentes que resultaron en muerte del(os) empleado(s)/prestador(es) de servicio

TRABAJO DECENTE

### Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad

12.

Porcentaje de analfabetos en la fuerza de trabajo

Cantidad de horas de desarrollo profesional por empleado/año

Porcentaje de la facturación bruta gastada en desarrollo profesional y educación

# ADJUNTO

## Público Interno

TRABAJO DECENTE

### Comportamiento Frente a Dimisiones

- |            |  |
|------------|--|
| <b>13.</b> | Número de empleados al final del período   |
|            | Número total de dimisiones en el período   |
|            | Número total de admisiones en el período   |
|            | Porcentaje de dimitidos con más de 45 años de edad con relación al número total de dimitidos |
|            | Porcentaje de reclamaciones laborales iniciadas por el total de dimitidos en el período      |

## Medio Ambiente

GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

### Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios

- |            |  |
|------------|--|
| <b>17.</b> | Cantidad promedio de incidentes y/o actuaciones y/o multas por violación de las normas de protección ambiental de: |
|            | poca gravedad  |
|            | media gravedad   |
|            | alta gravedad  |

GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

### Minimización de Entradas y Salidas de Materiales

- |            |  |
|------------|--|
| <b>18.</b> | Total invertido en programas y proyectos de mejoría ambiental (R\$)                      |
|            | Porcentaje de la facturación bruta gastada en programas y proyectos de mejoría ambiental |
|            | Consumo anual de energía (kWh)   |
|            | Consumo anual de combustibles fósiles:   |
|            | gasolina/diesel (l)  |
|            | aceite combustible (ton.)  |
|            | gas (GLP/GN) (m <sup>3</sup> )   |
|            | Consumo anual de agua (m <sup>3</sup> )  |
|            | Volumen medio anual de CO y otros gases efecto estufa emitidos en la atmósfera (ton.)    |
|            | Cantidad anual (ton.) de residuos sólidos producidos (basura, deyeptos, cascote, etc.)   |
|            |  |

# ADJUNTO

## Proveedores

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN  
CON PROVEEDORES

### Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

**19.**

Percentual del total de proveedores que recibió visita de inspección de prácticas de responsabilidad social

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN  
CON PROVEEDORES

### Trabajo Infantil en la Cadena Productiva

**20.**

Cantidad de actuaciones que la empresa recibió del Ministerio del Trabajo con relación al uso de mano de obra infantil

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN  
CON PROVEEDORES

### Relaciones con Trabajadores Terceirizados

**21.**

Porcentaje de trabajadores terceirizados con relación al total de la fuerza de trabajo

## Consumidores/Clientes

DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

### Política de Comunicación Comercial

**23.**

Con relación a violaciones del Código de Defensa del Consumidor:

cantidad de procesos administrativos (Procon, Vigilancia Sanitaria, Ipem, etc.)

cantidad de procesos judiciales (civiles y criminales) recibidos

# ADJUNTO

## Consumidores/Clientes

DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

### Excelencia en el Atendimento

**24.**

Total de llamadas atendidas por el SAC

Porcentaje de reclamaciones con relación al total de llamadas atendidas por el SAC

Porcentaje de reclamaciones no atendidas por el SAC

Tiempo medio de espera en el teléfono del SAC hasta el inicio del servicio (mm.)

Cantidad de innovaciones implantadas en razón de la interferencia del ombudsman y/o del servicio de atendimento a consumidores/clientes

## Comunidad

ACCIÓN SOCIAL

### ENVOLVIMIENTO DE LA EMPRESA CON LA ACCIÓN SOCIAL

**29.**

Percentual de la facturación bruta destinada a la acción social (no incluir obligaciones legales ni beneficios vinculados a la condición de empleado de la empresa)

Del total destinado a la acción social, porcentaje correspondiente a donaciones en productos y servicios

Del total destinado a la acción social, porcentaje correspondiente a donaciones en especie Del total destinado a la acción social, porcentaje correspondiente a inversiones en proyecto social propio

Porcentaje de empleados que realizan trabajo voluntario en la comunidad externa a la empresa

Cantidad de horas promedio mensuales donadas (liberadas de la hora normal de trabajo) por la empresa por voluntario

## Espacio Reservado para Comentarios y Justificaciones Sobre los Indicadores en los Temas

VALORES Y  
TRANSPARENCIA

PÚBLICO INTERNO

## Espacio Reservado para Comentarios y Justificaciones Sobre los Indicadores en los Temas

**MEDIO AMBIENTE**

**PROVEEDORES**

## Espacio Reservado para Comentarios y Justificaciones Sobre los Indicadores en los Temas

**CONSUMIDORES Y  
CLIENTES**

**COMUNIDAD**

**GOBIERNO Y SOCIEDAD**

Realización



www.ethos.org.br

Patrocínio



Apoyo



Este material fue impreso en papel producido y donado por Klabin.  
Klabin Carpeta - papel cartón Kladur 270g; Tapa - papel cartón Kladur 230g;  
Interior — papel Ecograph 90g, a partir de celulosa Oxicell no emblanquecida