
INDICADORES ETHOS

de responsabilidad social empresarial

2005

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL

BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

es una publicación del Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, repartida sin costo entre sus asociados.

Realización

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

Rua Francisco Leitão, 469, 14º andar, conj. 1407

05414-020 – São Paulo, SP

Tel.: (11) 3897-2400

Fax: (11) 3897-2424

E-mail: atendimento@ethos.org.br

Visite nuestro sitio: www.ethos.org.br

Investigación y Desarrollo (versión original)

Consultores José Edson Bacellar Jr. y Paulo Knörich, Fundação Dom Cabral y Pact

Revisión 2005

Gláucia Terreo (Coordinadora), Renato Moya, Ana Lucia de Melo Custodio, Daiane Correa Morais, Karinna Bidermann Forlenza, Carmen Weingrill, Homero Santos, Gustavo Baraldi, Tarcila Reis Ursini, João Serfozo, Patricia Barbuscia, Oded Grajew, Paulo Itacarambi, Marcelo Lingüitte, Leno F. Silva, Caio Magri, Claudia Cabilio, Mauricio Mirra, John Butcher y Hania Ribeiro.

Agradecimientos

Reinaldo Bulgarelli (Txai), Clarice López de Alda (Editora Gazeta do Povo), Susana Lanzer Pereira de Souza (CEEE), Giuliana Ortega Bruno (Natura), Andréia Carmargo Marques Postal (Amarques & Associados), Marcos Cessel (Elektro), Aron Belinky (Instituto Akatu), Fabiane Bessa (Instructora UniEthos), Beat Grüniger (BSD Ltda), Luciane Lucas (Instructora UniEthos), Marcelo Bertini Aversa (SESI – SC), Sonia Loureiro (SPV Loureiro), Rosa Alegria (Instructora UniEthos), Camila F. B. Pepelescov (Milenia Agro Ciências S/A), Paulo Graef (Zanzini Móveis), Marcelo Vespoli Takaoka (Y. Takaoka Empreendimentos S/A), João Alfredo Gugliotti (Serasa S/A), Jorge Eduardo Antunes da Silva (Mundo Verde), Glaucio Costa (Brasilsaúde), Gabriela Miranda (Social Capital Group do Brasil Ltda), Carmen Lucia Canalli, Susie Cristina Pontarolli y Alvacélia Serenato (Companhia Paranaense de Energia – COPEL), Carla Maria Neves Inácio (Amanco Brasil), Adécio Vasconcelos y Mirella Pessoa de Melo (Companhia Energética de Pernambuco – CELPE), Roberto Galassi do Amaral (NEF), Marisa Simões, Karina Aharonian y Luiz Cruz Villares (Amigos da Terra – Amazônia Brasileira), Grupo de Trabalho de Desenvolvimento de Indicadores Setoriais para Empresas Varejistas (CEV – FGV SP), Comissão de Responsabilidade Social do IBP (Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás).

Apoyo

Fundação AVINA

Patrocínio

Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (Abradee), CPFL Energia, CHESF, Natura, Petrobras, Sesi-SC y Ripasa.

Proyecto y Producción Gráfica

Planeta Terra Criação e Produção (Waldemar Zaidler)

Todos los derechos reservados.

Se permite la reproducción, con previa autorización por escrito del Instituto Ethos, siempre y cuando se cite como fuente original, al Instituto Ethos, que lo pone a disposición gratis.

PRESENTACIÓN

Los indicadores Ethos de RSE fueron creados para ser una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de la compañía en lo que se refiere a la incorporación de la responsabilidad social a la planificación estratégica y al monitoreo general de la compañía. Se trata de instrumento de autodiagnóstico y aprendizaje de uso esencialmente interno.

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un tema que no está restringido sólo a las acciones desarrolladas por las organizaciones en la comunidad. Implica también prácticas de diálogo y gestión que resulten en la calidad de la relación de las compañías con los demás públicos como empleados, consumidores, clientes, proveedores, medio ambiente y gobierno y sociedad.

Algunas compañías vienen desarrollando prácticas ejemplares de gestión socialmente responsable, pero el principal desafío a que se enfrentan es encontrar una forma de gerenciar sus negocios, no sólo respondiendo a las exigencias de la competitividad, como bajo costo y alto estándar de calidad entre otros, sino también contemplando aspectos del desarrollo sustentable y de la atención a reivindicaciones de la sociedad civil. Parte de ese desafío consiste en traducir el discurso, la buena voluntad y la concienciación creciente del empresariado en efectiva asimilación de la gestión socialmente responsable por parte de todos los escalones de la compañía, en forma estructurada y sistémica.

Para que una compañía trabaje la RSE en esa perspectiva estructurada, sistémica y abarcadora, es necesario que el tema se incorpore a los procesos de gestión y sea tratado en el plan estratégico del negocio. Para lograrlo, es importante la utilización de instrumentos adecuados para las diversas instancias de procesos como diagnóstico, implementación, monitoreo y evaluación de los resultados de las prácticas de gestión socialmente responsable.

Los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial representan el esfuerzo del Instituto Ethos en su afán de ofrecer a las empresas una herramienta que las auxilie en el proceso de incorporación de la responsabilidad social en su gestión, fortaleciendo el movimiento de responsabilidad social empresarial.

La revisión anual permite mantener esta herramienta de gestión siempre actualizada y sintonizada con las cuestiones más relevantes de RSE en el país y en el mundo. La versión 2005 tuvo como base de revisión diversas sugerencias y comentarios de compañías

PRESENTACIÓN

usuarias, de aliados involucrados y especialistas en el tema. Las directrices generales han sido el perfeccionamiento de los conceptos, la inclusión de nuevos temas y la adecuación del lenguaje. Los nuevos temas que se abordan son la sustentabilidad de la economía forestal (indicador 20 del tema Medio Ambiente) y la construcción de la ciudadanía por las empresas (indicador 34 del tema Gobierno y Sociedad).

Al seguir el proceso iniciado el año pasado de integración de los Indicadores Ethos de RSE con iniciativas relevantes como el Pacto Global y las Metas del Milenio, este año verificamos los puntos en común con otras herramientas importantes y estratégicas para las compañías: Directrices para Informes de Sustentabilidad del **GRI (Global Reporting Initiative)**, con la **Norma SA8000 (Social Accountability 8000)** del SAI – Social Accountability International y con la **Norma AA1000 (Accountability 1000)** de la Accountability.

A pesar de la diversidad de modelos de balance social existentes, el modelo desarrollado por el **GRI (Global Reporting Initiative)** viene cobrando cada vez más importancia, y es considerado el estándar internacional de balance social. Su primera versión fue lanzada en 2000 y la versión revisada, en vigencia actualmente, es de 2002.

La **SA8000** es la primera norma voltada a la mejoría de las condiciones de trabajo. Abarca los principales derechos de los trabajadores (salud y seguridad, libertad

de asociación, límite de horas de trabajo, remuneración, garantías contra trabajo forzado, trabajo infantil, discriminación y prácticas disciplinarias). Certifica su cumplimiento por medio de auditores independientes. La norma sigue el estándar de la ISO 9000 y de la ISO 14000, lo que facilita la implementación por compañías que ya conocen ese sistema.

La **AA1000** es una norma que define las mejores prácticas para prestación de cuentas para asegurar la calidad de la contabilidad, auditoría y relato social ético. Diseñada para auxiliar a las compañías, accionistas, auditores, consultores y organizaciones certificadoras, puede ser usada aisladamente o en conjunto con otros estándares de prestaciones de cuentas y herramientas.

El objetivo es explorar la sinergia existente entre los Indicadores Ethos y esas herramientas, para facilitar a los gestores su utilización de forma integrada en diversas posibilidades en el contexto de la gestión de la responsabilidad social empresarial.

Ejemplo de sinergia existente

Al reflejar y responder las cuestiones 1, 2, 3.5, 3.6, 10.1, 10.6, 23 y 23.1 de los Indicadores Ethos de RSE y crear procesos con base en esas cuestiones, la compañía estará cerca de cumplir con el requisito número 1 de la norma SA8000 y de la directriz HR6 del GRI – Global Reporting Initiative.

PRESENTACIÓN

Utilización de los Indicadores Ethos de RSE en el proceso de elaboración del balance social en el modelo GRI:

Contenido, directrices e indicadores GRI	Indicadores Ethos 2005 actualizados
1.1	3.7
2.9	4.5
2.20	Etapa 4 del Indicador 6
3.10	Etapa 3 del Indicador 4 4.1 4.4
3.11	4.3
3.12	Etapa 4 del Indicador 4

INDICADORES DE DESEMPEÑO

IMPACTOS ECONÓMICOS DIRECTOS

EC10	Etapa 2 del Indicador 32 Etapa 3 del Indicador 32 Etapa 4 del Indicador 32 32.7 32.8 32.9 32.10 32.11 32.12
------	---

INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL

Materiales

EN1	Etapa 2 del Indicador 21 Etapa 3 del Indicador 21 Etapa 4 del Indicador 21
-----	--

Energía

EN4	20.1 21.2
EN17	18.1 18.2 21.1
EN18	20.5
EN19	20.2 21.2

Agua

EN5	21.4
EN22	Etapa 2 del Indicador 21 Etapa 3 del Indicador 21 Etapa 4 del Indicador 21 21.4

Biodiversidad

EN25	17.4
EN27	17.3 17.4
EN29	17.4

Contenido, directrices e indicadores GRI	Indicadores Ethos 2005 actualizados
Emisiones, efluentes y residuos	
EN8	21.6
EN11	Etapa 3 del Indicador 21 Etapa 4 del Indicador 21 21.5
EN30	21.2 21.6

Proveedores

EN33	Etapa 4 del Indicador 20 20.5 20.6
------	--

Productos y servicios

EN14	20.4 20.5
EN15	20.3 Etapa 4 del Indicador 20
EN16	20.7 20.8 20.9

Transporte

EN34	20.2
------	------

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL

PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE

Empleo

LA1	11.2
LA2	15.3 15.8 15.9 15.10 15.11 15.12
LA12	13.2 13.4 12.5 12.6 12.7 12.9 12.12 16.1 16.2 Etapa 1 del Indicador 14 Etapa 2 del Indicador 14 Etapa 3 del Indicador 14 Etapa 4 del Indicador 14 14.1 14.2 14.3 14.4 14.5 14.6 14.7 14.8
LA3	7.2
LA4	2.4 7.1 15.4 15.5
LA13	2.4 7.1 Etapa 3 del Indicador 9 Etapa 4 del Indicador 9 9.2 9.3

Contenido, directrices e indicadores GRI	Indicadores Ethos 2005 actualizados
Salud y seguridad	
LA5	3.6
LA6	3.6 9.1
LA8	13.4
LA14	3.6 13.5 13.11 13.12 13.13 13.14 13.15

Entrenamiento y educación

LA16	11.1 Etapa 1 del Indicador 12 Etapa 2 del Indicador 12 Etapa 3 del Indicador 12 Etapa 4 del Indicador 12 12.1 12.2 12.3 12.4 12.5 12.6 12.7 12.8 12.9 12.10 12.11 12.12 12.13 12.14 12.15 12.16 12.17 12.18 Etapa 1 del Indicador 14 Etapa 2 del Indicador 14 Etapa 3 del Indicador 14 Etapa 4 del Indicador 14 14.1 14.2 14.3 14.4 14.5 14.6 14.7 14.8 15.5
LA17	Etapa 1 del Indicador 12 Etapa 2 del Indicador 12 Etapa 3 del Indicador 12 Etapa 4 del Indicador 12 12.1 12.2 12.3 12.4 12.5 12.6 12.7 12.8 12.9 12.10 12.11 12.12 12.13 12.14 12.15 12.16 12.17 12.18 Etapa 1 del Indicador 14 Etapa 2 del Indicador 14 Etapa 3 del Indicador 14 Etapa 4 del Indicador 14 14.1 14.2 14.3 14.4 14.5 14.6 14.7 14.8 8.3

Diversidad y oportunidades

LA10	Etapa 1 del Indicador 10 Etapa 2 del Indicador 10 Etapa 3 del Indicador 10 Etapa 4 del Indicador 10 10.1 10.2 10.3 10.4 10.5 10.6 10.7 10.8 10.9 10.10 10.11 10.12 10.13 10.14 10.15 10.16 13.6
------	---

>>

PRESENTACIÓN

Utilización de los Indicadores Ethos de RSE en el proceso de elaboración del balance social en el modelo GRI:

Contenido, directrices e indicadores GRI	Indicadores Ethos 2005 actualizados
DERECHOS HUMANOS	
Estrategia y Administración	
HR1	3.4 3.6
HR2	3.4 3.6 2.3 22.2
HR3	1.1 1.2 3.4 3.6 Etapa 3 del Indicador 22 Etapa 4 del Indicador 22 22.2 22.3 22.4 22.5 22.6 Etapa 1 del Indicador 23 Etapa 2 del Indicador 23 Etapa 3 del Indicador 23 Etapa 4 del Indicador 23 23.1 Etapa 1 del Indicador 24 Etapa 2 del Indicador 24 Etapa 3 del Indicador 24 Etapa 4 del Indicador 24 24.1 24.2 Etapa 2 del Indicador 25 Etapa 3 del Indicador 25 Etapa 4 del Indicador 25 25.1 25.2 25.3 25.4 25.5 25.6 25.7
HR8	3.6 1.7
No discriminación	
HR4	3.6 Etapa 3 del Indicador 10 Etapa 4 del Indicador 10
Libertad de asociación y negociación colectiva	
HR5	Etapa 3 del Indicador 7 Etapa 4 del Indicador 7 7.2 7.3 7.4
Trabajo infantil	
HR6	Etapa 1 del Indicador 9 Etapa 2 del Indicador 9 Etapa 3 del Indicador 9 Etapa 4 del Indicador 9 9.1 9.2 9.3 9.4 9.5 9.6 Etapa 1 del Indicador 23 Etapa 2 del Indicador 23 Etapa 3 del Indicador 23 Etapa 4 del Indicador 23 23.1
Trabajo forzado y forzoso	
HR7	Etapa 1 del Indicador 24 Etapa 2 del Indicador 24 Etapa 3 del Indicador 24 Etapa 4 del Indicador 24 24.1 24.2

Contenido, directrices e indicadores GRI	Indicadores Ethos 2005 actualizados
Prácticas de disciplina	
HR9	2.1
HR10	2.1
	2.2
Derechos indígenas	
HR12	25.1
SOCIEDAD	
Comunidad	
S01	Etapa 4 del Indicador 29 30.1 30.2 Etapa 2 del Indicador 30 Etapa 3 del Indicador 30 Etapa 4 del Indicador 30 Etapa 2 del Indicador 31 Etapa 3 del Indicador 31 Etapa 4 del Indicador 31 31.1 31.2 31.3 31.4 31.5 31.6 Etapa 1 del Indicador 32 Etapa 2 del Indicador 32 Etapa 3 del Indicador 32 Etapa 4 del Indicador 32 32.1 32.2 32.3 32.4 32.5 32.6 32.7 32.8 32.9 32.10
Soborno y corrupción	
S02	1.3 1.4 1.6 3.1 3.2 3.4 Etapa 3 do indicador 35 Etapa 4 del Indicador 35 35.1 35.2 35.3
S03	Etapa 1 del Indicador 33 Etapa 2 del Indicador 33 Etapa 3 del Indicador 33 Etapa 4 del Indicador 33 33.1 33.2 Etapa 1 del Indicador 34 Etapa 2 del Indicador 34 Etapa 3 del Indicador 34 Etapa 4 del Indicador 34 34.1 Etapa 1 do indicador 35 Etapa 2 del Indicador 35 Etapa 3 del Indicador 35 Etapa 4 del Indicador 35 35.1 35.2 35.3 Etapa 1 del Indicador 36 Etapa 2 del Indicador 36 Etapa 3 del Indicador 36 Etapa 4 del Indicador 36 36.1 36.2 36.3 Etapa 1 del Indicador 37 Etapa 2 del Indicador 37

Contenido, directrices e indicadores GRI	Indicadores Ethos 2005 actualizados
S03	Etapa 3 del Indicador 37 Etapa 4 del Indicador 37 37.1 37.2 37.3
S06	5.1
S07	1.4 Etapa 4 del Indicador 5 5.2
RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO	
Salud y seguridad del consumidor	
PR1	Etapa 2 del Indicador 28 Etapa 3 del Indicador 28 Etapa 4 del Indicador 28 28.1
PR4	28.3 28.4 28.5
Productos y servicios	
PR2	Etapa 2 del Indicador 26 Etapa 3 del Indicador 26 Etapa 4 del Indicador 26 26.1 26.2 27.3 27.4 27.6 28.2
PR7	26.5 26.6 26.7 26.8 26.9
PR8	Etapa 2 del Indicador 27 Etapa 3 del Indicador 27 Etapa 4 del Indicador 27 27.1 27.2 27.9 27.10 27.11 27.12 27.13
Propaganda	
PR9	26.3 26.4
Respeto a la privacidad	
PR3	27.5 28.6 28.7 28.8 28.9 28.10
PR11	28.11

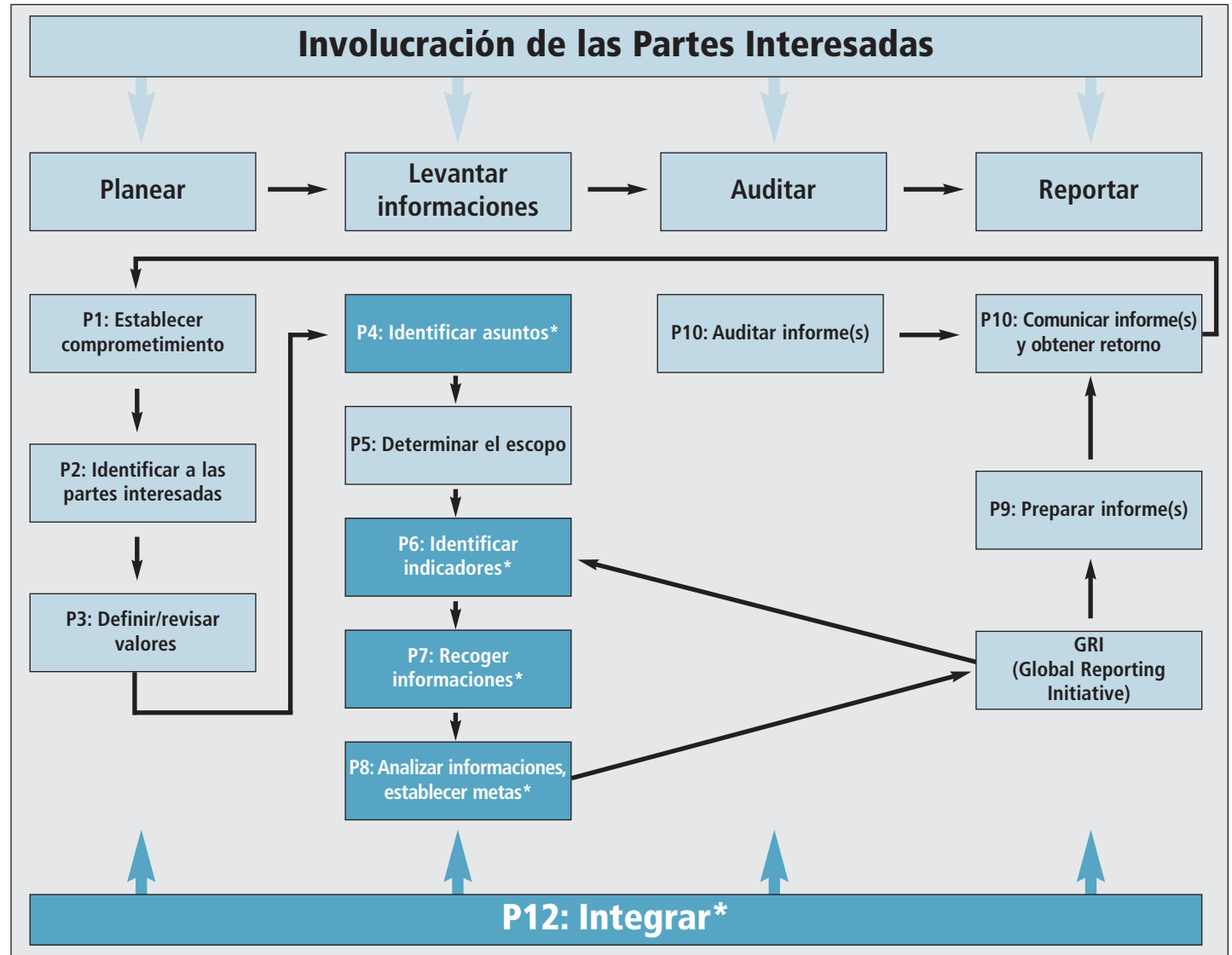
El documento integral de correlación de los Indicadores Ethos de RSE y las directrices del GRI están disponibles para *download* en archivo PDF en la página de los Indicadores Ethos de RSE en el sitio www.ethos.org.br

PRESENTACIÓN

Utilización de los Indicadores Ethos de RSE en el proceso de la Norma SA8000

Requisitos de la Norma SA8000	Indicadores Ethos de RSE correspondientes
1 Trabajo infantil: no está permitido	1 completo, 2 completo, 3.5, 3.6, 10.1, 10.6, 23 completo
2 Trabajo forzado: no está permitido	1 completo, 2 completo, 3.5, 3.6, 24 completo
3 Salud y seguridad: deben estar aseguradas	13 completo
4 Libertad de asociación y negociación colectiva: deben estar garantizadas	7 completo
5 Discriminación: no está permitida	1 completo, 2 completo, 3.5, 3.6, 8 completo, 11 completo
6 Prácticas disciplinarias: no están permitidas	1 completo, 2 completo, 3.5, 3.6 y 13.6
7 Horario laboral: no debe exceder a 48 horas a la semana y no debe exceder a 12 horas extras a la semana	13.10, 13.12, 13.13, 13.14
8 Remuneración: debe ser suficiente	12 completo
9 Sistemas de gestión: deben garantizar el efectivo cumplimiento de todos los requisitos	1 completo, 2 completo, 22 completo, 23 completo, 24 completo, 25 completo, 13, 7, 11 completo, 13.6, 13.10, 13.12, 13.13, 13.14

Utilización de los Indicadores Ethos de RSE en el proceso de comprometimiento de las partes interesadas con la Norma AA1000:



Correlación entre los Indicadores Ethos de RSE y los Principios del Pacto Global¹

El Pacto Global (*Global Compact*) es un programa de la Organización de las Naciones Unidas que busca movilizar la comunidad empresarial internacional en la promoción de diez principios fundamentales abordando derechos humanos, derechos del trabajo, protección ambiental y combate a la corrupción. Por tratarse de principios aceptados por la mayoría de los gobiernos, se consideran universales:

Derechos Humanos

(base: Declaración Universal de los Derechos Humanos)

Principio nº. 1: las compañías deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente;

Principio nº. 2: las compañías deben asegurar su no participación en violaciones de esos derechos.

Derechos del Trabajo

(base: Declaración de la OIT sobre los Principios y Derechos Fundamentales del Trabajo)

Principio nº. 3: las compañías deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;

Principio nº. 4: las compañías deben apoyar la eliminación de todas las formas de trabajo forzado o forzoso;

Principio nº. 5: las compañías deben apoyar la erradicación efectiva del trabajo infantil;

Principio nº. 6: las compañías deben apoyar la igualdad de remuneración y la eliminación de la discriminación en el empleo.

Protección Ambiental

(base: Principios de la Río 92 sobre el Medio Ambiente y Desarrollo)

Principio nº 7: las compañías deben adoptar un abordaje preventivo para los desafíos ambientales;

Principio nº 8: las compañías deben desarrollar iniciativas para promover mayor responsabilidad ambiental;

Principio nº 9: las compañías deben incentivar el desarrollo y la difusión de tecnologías ambientalmente sustentables.

Combate a la corrupción

Principio nº 10: las compañías deben combatir la corrupción en todas sus formas, incluso extorsión y coima.

La presentación, en cada uno de los siete temas, de un cuadro esquemático de correlación entre los Indicadores Ethos de RSE y los Principios del Pacto Global es una forma de evidenciar la simbiosis existente

PRESENTACIÓN

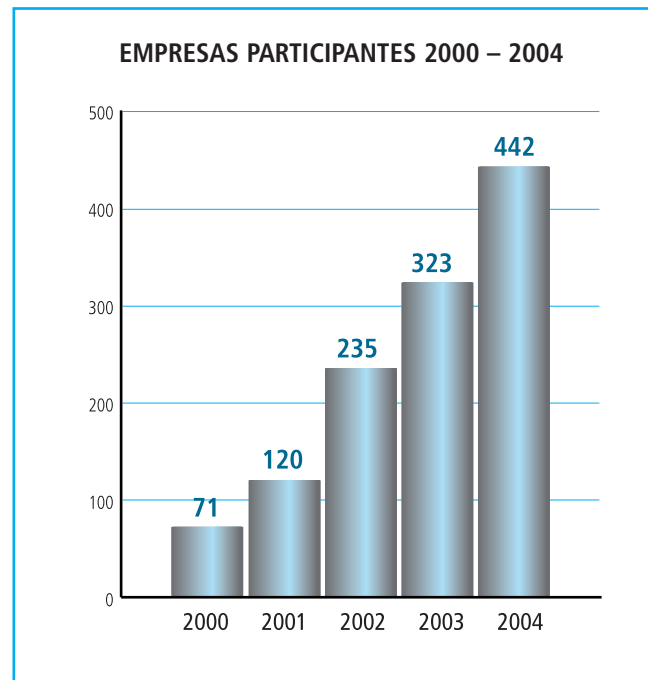
entre el movimiento de RSE en Brasil y las normas universales establecidas por las Naciones Unidas.

Ese proceso de integración también trae de regreso al cuestionario, los indicadores cuantitativos que obligatoriamente serán llenados y encaminados al Instituto Ethos para elaboración de los informes personalizados.

El conocimiento de las prácticas de responsabilidad social empresarial, que propicia la aplicación de los indicadores, contribuye para que las compañías adviertan su valor como inversión y reconozcan el impacto positivo que aporta una gestión socialmente responsable para su desempeño, imagen y para el desarrollo socioambiental.

A partir del lanzamiento de los Indicadores Ethos de RSE en 2000, varias compañías vienen aplicando el cuestionario y envían las respuestas voluntariamente al Instituto Ethos. Se tabulan esas respuestas, se las convierten en informes personalizados, que se devuelven a las empresas. El desempeño de las compañías fue cuantificado según las respuestas del cuestionario. Para cada uno de los 37 indicadores, las compañías reciben una nota, compuesta por la respuesta del indicador de profundidad y por las informaciones adicionales. Las notas se calculan con base en un sistema de puntuación en que los siete temas poseen un número equivalente de puntos.

Empresas participantes²



Los datos provistos por las empresas son tratados con la máxima confidencialidad³, tal como los informes de diagnóstico elaborados por el Instituto Ethos y no serán utilizados para ninguna otra finalidad.

Banco de Prácticas

A partir de esa etapa del proceso de aplicación de los Indicadores Ethos de RSE, se invitan a las organizaciones que consideran haber alcanzado el escalón más elevado respecto a algún de los indicadores, para que relaten sus prácticas para componer el Banco de Prácticas Benchmarking Indicadores Ethos de RSE, centro virtual de referencia en responsabilidad social empresarial. Actualmente son cerca de 300 prácticas relatadas por compañías usuarias. Esta herramienta virtual está disponible en el sitio www.ethos.org.br

Se debe encarar la movilización de profesionales de la compañía para responder los Indicadores Ethos de RSE como el inicio de un proceso de autodiagnóstico que, combinado a la misión y estrategia general de la compañía, permitirá identificar aspectos de la gestión que necesitan acompañamiento detallado, de nuevas metas y de profesionales con el foco centrado en el tema. Tales metas deben preferentemente incluirse en la planificación siguiente.

Un aspecto que merece énfasis en ese proceso es la importancia del diálogo con representantes de los públicos con los cuales se relaciona la compañía, o sea, sus partes interesadas (*stakeholders*), para evaluar los impactos de sus acciones, buscar soluciones y definir metas.

A partir de entonces, es fundamental que compañía se esfuerce por definir sus aspectos y dilemas particulares y de su emprendimiento y desarrolle sus propios indicadores de evaluación de gestión, complementando los aquí propuestos.

Estructura del Cuestionario

El cuestionario de evaluación de la compañía se divide en siete grandes temas:

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

Tres tipos de indicadores centran el foco en esos temas. El primer tipo permite evaluar la etapa actual de la gestión de la compañía. Está representado por cuatro cuadros contiguos, que presentan etapas de determinada práctica, cuyo nivel de desempeño evoluciona de la izquierda para la derecha, lo que le permite a la compañía ubicarse fácilmente en la escala. **El cuadro de la extrema derecha corresponde al mejor desempeño en aquella práctica, y presupone que la compañía ya ha alcanzado un nivel de excelencia en aquel indicador.**

El segundo tipo de indicadores se compone de cuestiones binarias (*sí o no*) relacionadas al primer grupo. Contiene elementos de validación y profundización de la etapa de responsabilidad social identificada por la compañía y contribuye para la comprensión de cuáles prácticas deben ser incorporadas a la gestión de los negocios.

El tercer tipo son los indicadores cuantitativos, que deben ser obligatoriamente llenados y enviados al Instituto Ethos. Los indicadores cuantitativos, además de utilizados como soporte en la respuesta a los Indicadores Ethos de RSE 2005, también se pueden incorporar al monitoreo y evaluación de la gestión de responsabilidad social empresarial. El levantamiento sistemático de esos datos permite un análisis más objetivo de los resultados de la compañía, facilitando la elaboración del balance social. A esos datos se pueden evaluarlos según series anuales y cruzarlos con otros datos.

La estructura de los Indicadores Ethos de RSE permite que la compañía planee el modo de alcanzar un grado más elevado de responsabilidad social. La disposición en escala provee parámetros para los pasos subsecuentes y, junto con los indicadores binarios, señala directrices para que se establezcan metas de perfeccionamiento dentro del universo de cada tema.

Instrucciones de Llenado

- Cada unidad de negocios debe responder su propio cuestionario.
- Se aconseja a la compañía que señale a un coordinador para centralizar y sistematizar las informaciones y facilitar, así, el diálogo interno.
- Debido al alcance de los temas, el proceso de llenado debe involucrar **varias áreas de la compañía**. Cuanto más personas participen en el proceso de llenado y cuanto más **diversificados** sean los niveles jerárquicos y los **departamentos a los cuales pertenezcan**, más grande será la representatividad de las respuestas y más profunda la reflexión interna, lo que garantiza un mejor autodiagnóstico.
- **Es muy importante que la alta directiva de la compañía acompañe el proceso y conozca los resultados.**

Indicadores de Profundidad

Se deberá elegir tan sólo uno de los cuatro cuadros. Se debe optar por el que más se acerque a la realidad de la compañía. 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, el que representa madurez y plena integración de la responsabilidad social a los procesos de gestión de la compañía.

PRESENTACIÓN

En caso de que ninguno de los cuadros corresponda a la realidad de la compañía, se debe señalar uno de los siguientes motivos:

- *Nunca hemos tratado este asunto antes.*
- *No consideramos su aplicación en nuestra empresa.*

Al señalar la segunda opción, la compañía debe presentar una justificativa en el espacio reservado para comentarios. Al elegir esa alternativa, automáticamente se consideran no aplicables las informaciones adicionales correspondientes.

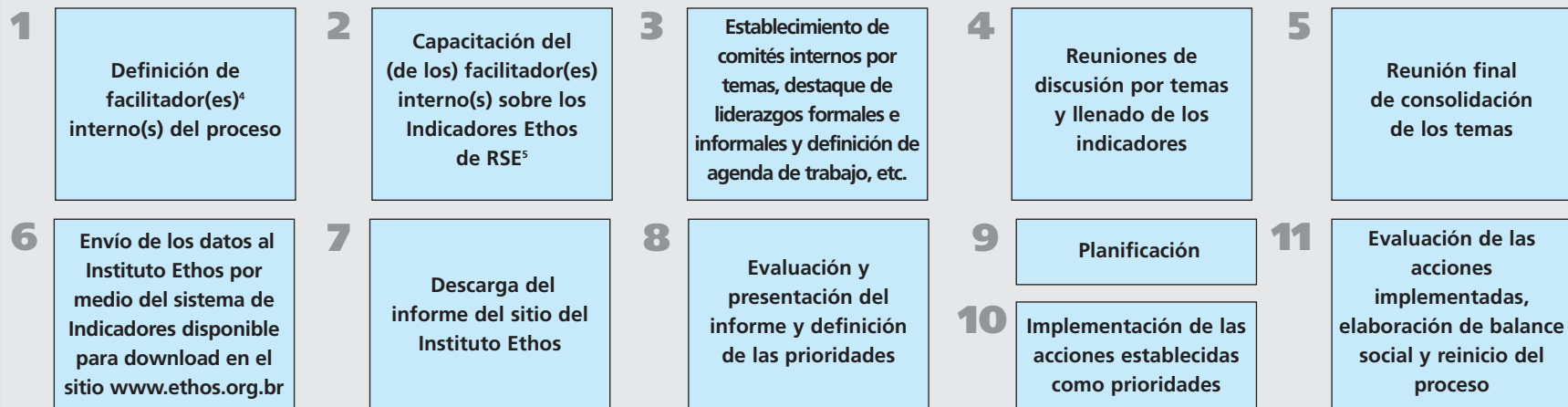
Indicadores Binarios

Se deben llenar obligatoriamente los indicadores binarios (sí o no), excepto en los casos en que el indicador de profundidad correspondiente no sea aplicable a la realidad de la compañía respondedora.

Indicadores Cuantitativos

Los indicadores cuantitativos deben ser levantados precisamente, pues serán útiles principalmente en el monitoreo interno de la compañía. Se deben llenarlos obligatoriamente, excepto en los casos en que el indicador de profundidad correspondiente no sea aplicable a la realidad de la compañía respondedora.

Sugerencia de proceso de aplicación de los Indicadores Ethos de RSE



Envío por la Internet

Envío de las Respuestas y Recibimiento del Informe de Diagnóstico

El Instituto Ethos desarrolló un software por medio de cual la compañía podrá responder el cuestionario en el ritmo que le sea conveniente y enviar sus respuestas por la Internet directamente a nuestro sistema de procesamiento. Para lograrlo, la compañía debe acceder al área exclusiva de los Indicadores Ethos de RSE, en el sitio del Instituto Ethos y descargar el archivo ejecutable **Indicadores Ethos de RSE – 2005**.

El *Informe de Diagnóstico de RSE* estará disponible en el área restringida de la compañía a partir de la fecha que divulgará el Instituto Ethos.

Indicadores Ethos Sectoriales

Con el objetivo de proveer a las compañías la posibilidad de un autodiagnóstico más preciso y profundizado, el Instituto Ethos viene desarrollando indicadores específicos, que abarcan dilemas y peculiaridades de cada sector empresarial. Esos indicadores son **complementarios** a los Indicadores Ethos de RSE generales y posibilitan a la compañía evaluar las oportunidades y desafíos típicos de su sector de actuación. Los sectores ya contemplados con indicadores propios son el de distribución de energía, en 1999; el de

panificación y restaurantes y bares, en 2002; el financiero, el de minería y de papel y celulosa, en 2003. Este año, estamos lanzando los indicadores para los sectores de transporte terrestre de pasajeros, de petróleo y gas y de la construcción civil (en un primer momento, con el foco en las constructoras) e iniciando, en asociación con el *Centro de Excelencia en Menudeo de la Fundação Getúlio Vargas SP – GV CEV* los indicadores sectoriales para las empresas de comercio al menudeo.

En caso de que su compañía actúe en uno de esos sectores, visite el área *Autodiagnóstico Sectorial*, en la página *Indicadores Ethos de RSE* del sitio www.ethos.org.br para obtener informaciones detalladas sobre esos indicadores sectoriales.

Las compañías y entidades empresariales de los demás sectores que tengan interés en desarrollar indicadores propios, deben entrar en contacto con el núcleo de Herramientas de Gestión del Instituto Ethos, por la dirección electrónica indicadores@ethos.org.br

Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro y Pequeñas Empresas

En 2003, con el objetivo de incentivar y contribuir para que la RSE se incorpore al universo de las micro y pequeñas empresas, el Instituto Ethos y el SEBRAE, Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas

PRESENTACIÓN

Empresas, desarrollaron dos publicaciones: *Ferramenta de Auto-Avaliação e Planejamento – Indicadores Ethos-Sebrae para Micro e Pequenas Empresas y Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo*. Esas publicaciones forman un conjunto de herramientas de gestión que le facilitan al micro y al pequeño empresario el diagnóstico y la implementación de ese proceso. Tales herramientas están disponibles para *download* gratis en el sitio www.ethos.org.br

Glosario de Conceptos y Definiciones

Está disponible en el área exclusiva de los **Indicadores Ethos de RSE** en el sitio del Instituto Ethos, un glosario de conceptos y definiciones con el objetivo de aclarar los términos más relevantes para la comprensión de las cuestiones presentadas en cada indicador, facilitando, en esa forma, el llenado del cuestionario.

Contáctenos

Para obtener informaciones específicas sobre los Indicadores Ethos de RSE, contacte al Instituto Ethos por la dirección indicadores@ethos.org.br

NOTES

¹ Véanse también las publicaciones del Instituto Ethos “Práticas Empresariais de Responsabilidade Social” (dic/2003) y “Diálogo Empresarial sobre os Principios do Global Compact” (oct/2002).

² Más informaciones sobre las empresas participantes en la página de los indicadores en el sitio www.ethos.org.br

³ Aunque los Indicadores Ethos de RSE se utilicen frecuentemente por otras organizaciones como criterio para premiación de empresas y confección de rankings, el Instituto Ethos no participa en esos procesos de evaluación, y tampoco provee datos recibidos de las empresas.

⁴ Es facilitador interno la(s) persona(s) que en el momento está(n) más relacionada(s) al tema y que tenga(n) una visión integrada de las áreas de la empresa y, finalmente, que tenga(n) facilidad para recoger y sistematizar datos e interpretarlos para uso en la gestión estratégica de la empresa. El Instituto Ethos aconseja que el proceso involucre sólo participantes internos para legitimar la reflexión que propician los Indicadores Ethos de RSE. Sin embargo, también es posible recurrir a facilitadores externos, siempre y cuando el proceso esté liderado por el facilitador interno.

⁵ El Instituto Ethos realiza periódicamente con sus asociados, talleres de capacitación sobre los Indicadores Ethos. Para saber más escriba para associada@ethos.org.br

ÍNDICE DEL CUESTIONARIO

Valores, Transparencia y Gobernanza	AUTORREGULACIÓN DE LA CONDUCTA	Compromisos Éticos19 Arraigo en la Cultura Organizativa20 Gobernanza Corporativa21
	RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD	Diálogo con las Partes Interesadas (<i>Stakeholders</i>)22 Relaciones con la Competencia23 Balance Social24
Público Interno	DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN	Relaciones con Sindicatos28 Gestión Participativa29
	RESPECTO AL INDIVIDUO	Compromiso con el Futuro de los Niños30 Valoración de la Diversidad31 Relaciones con Trabajadores Tercerizados33
	TRABAJO DECENTE	Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera34 Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo36 Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad38 Conducta Frente a Despidos39 Preparación para la Jubilación41
Medio Ambiente	RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS	Comprometimiento de la Compañía con la Mejoría de la Calidad Ambiental44 Educación y Concienciación Ambiental45
	GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL	Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios46 Sustentabilidad de la Economía Forestal47 Minimización de Entradas y Salidas de Materiales48

ÍNDICE DEL CUESTIONARIO

Proveedores	SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN CON PROVEEDORES	Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores52 Trabajo Infantil en la Cadena Productiva53 Trabajo Forzado (o análogo al esclavo) en la Cadena Productiva54 Apoyo al Desarrollo de Proveedores55
Consumidores y Clientes	DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO	Política de Comunicación Comercial58 Excelencia de la Atención59 Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios61
Comunidad	RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL	Gerenciamiento del Impacto de la Compañía en la Comunidad de Entorno64 Relaciones con Organizaciones Locales65
	ACCIÓN SOCIAL	Financiamiento de la Acción Social66 Involucración de la Compañía con la Acción Social67
Gobierno y Sociedad	TRANSPARENCIA POLÍTICA	Contribuciones para Campañas Políticas70 Construcción de la Ciudadanía por las Empresas71 Prácticas Anticorrupción y Coima71
	LIDERAZGO SOCIAL	Liderazgo e Influencia Social72 Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales73

Valores, Transparencia y Gobernanza

AUTORREGULACIÓN DE LA CONDUCTA

- Compromisos Éticos
- Arraigo en la Cultura Organizativa
- Gobernanza Corporativa

RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

- Diálogo con las Partes Interesadas (*Stakeholders*)
- Relaciones con la Competencia
- Balance Social

Ethos Indicators 2005

Principios del Pacto Global Correspondientes

VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBERNANZA

AUTORREGULACIÓN DE LA CONDUCTA

<i>Compromisos Éticos</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Arraigo en la Cultura Organizativa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gobernanza Corporativa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

<i>Diálogo con las Partes Interesadas (Stakeholders)</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Relaciones con la Competencia</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Balance Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Valores, Transparencia y Gobernanza

AUTORREGULACIÓN DE LA CONDUCTA⁶

Compromisos Éticos

1. Respeto a la adopción y alcance de valores y principios éticos:

<p>Los valores de la organización existen de manera formal, pero están poco incorporados a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas.</p>	<p>Los valores de la organización están documentados en una carta de principios, diseminados e incorporados a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas.</p>	<p>La organización posee un código de ética (en portugués y adaptado al contexto local, en el caso de multinacionales) y tiene programa de orientación y entrenamiento para los empleados de todos los niveles jerárquicos para garantizar que los valores y principios estén incorporados a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas.</p>	<p>El código de ética de la organización prevé la participación de empleados, de aliados y/o de la comunidad en su revisión y está sometido a control y auditoría periódicos.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales		Sí	No
	1.1. ¿expone públicamente sus compromisos éticos por medio de material institucional, por la Internet o de otra manera adecuada a sus partes interesadas?		
	El código de ética y/o la declaración de valores de la organización:		
	1.2. ¿contemplan tres o más de las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y accionistas minoritarios?		
	1.3. ¿prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales (como corrupción, extorsión, coima y "caja B") para obtención de ventajas comerciales?		

Valores, Transparencia y Gobernanza

Informaciones Adicionales	Sí	No
1.4. ¿son explícitos cuanto al compromiso de ética en la gestión de las informaciones de carácter privado obtenidas durante los procesos de la compañía en su interacción con sus diversos públicos (clientes, empleados, proveedores, etc.)?		
1.5. ¿son explícitos cuanto al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todas las partes interesadas?		
La compañía:		
1.6. ¿conduce el diálogo en el sentido de promover el combate a la corrupción y a la extorsión y tiene estructura sistémica para estimular y asegurar la cooperación de todos sus públicos en esa dirección (empleados, proveedores, consumidores etc.)?		
1.7. ¿estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de sus empleados?		
1.8. ¿vincula expresamente la actuación del asesoramiento jurídico y contable al código de ética/declaración de principios?		

Arraigo en la Cultura Organizativa

2. Respecto a la eficacia de la diseminación de los valores y principios éticos de la empresa:

Los valores se transmiten esporádicamente o en momentos específicos (contratación de empleados, proceso de auditoría), con el foco centrado en el público interno.	Existen procesos sistemáticos de difusión de los valores con el foco centrado en el público interno.	Además de eso, la adopción de esos valores y principios es auditada y verificada periódicamente y los empleados son estimulados a contribuir con su monitoreo.	Además de eso, todos los aliados externos son estimulados a replicar el mismo proceso en la cadena productiva de la empresa.	Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/>
ETAPA 1 <input type="checkbox"/>	ETAPA 2 <input type="checkbox"/>	ETAPA 3 <input type="checkbox"/>	ETAPA 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)

Informaciones Adicionales	Sí	No
2.1. ¿tiene la compañía comités, consejos o responsable(s) formal(les) por cuestiones éticas?		
2.2. ¿se abordan las cuestiones éticas en encuestas de ambiente organizativo, por evaluación 360° o herramientas similares?		
2.3. ¿verifica la compañía la adecuación de la actuación de proveedores a sus valores y principios?		

Valores, Transparencia y Gobernanza

Informaciones Adicionales	Sí	No
2.4. ¿ los empleados de la compañía demuestran familiaridad en su cotidiano con los temas y presupuestos contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente?		
2.5. ¿ desarrolló la compañía procedimientos para lidiar con denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento del código de ética?		

Gobernanza Corporativa⁷

3. Respeto a la estructura organizativa y prácticas de gobernanza de la empresa:

<p>La alta directiva tiene estructura y prácticas que siguen estrictamente la legislación vigente, con estrategias empresariales definidas.</p> <p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>La alta directiva tiene compromisos, políticas explícitas y mecanismos formales que garantizan la integridad de los informes financieros, priorizando la transparencia en las prestaciones de cuentas y otras informaciones.</p> <p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>La alta directiva tiene políticas explícitas para promover tratamiento adecuado al derecho de voto y tratamiento justo y equitativo a los socios, con resultados monitoreados y evaluados periódicamente.</p> <p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de lo expuesto en las etapas anteriores, la alta directiva incorpora criterios de orden socioambiental en la definición y gestión del negocio y tiene como norma oír, evaluar y considerar las preocupaciones, críticas y sugerencias de las partes interesadas en asuntos que las involucren.</p> <p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
---	---	--	--	--

Informaciones Adicionales	La alta directiva de la compañía:	Sí	No
	3.1. ¿ cuenta con mecanismos o sistemas formales para evaluación periódica de sus integrantes?		
	3.2. ¿ posee estructura que contemple consejos o comisiones de administración, auditoría independiente, fiscal y de remuneración para: asegurar el control de la propiedad sobre la gestión; prevenir/cohibir abusos de poder de sus integrantes, fraudes por uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses; cohibir el soborno y otras prácticas de corrupción, la creación de "contabilidades paralelas" o de cuentas secretas y la elaboración de documentos que no reflejen verdaderamente las transacciones que reportan?		

Valores, Transparencia y Gobernanza

Informaciones Adicionales	Sí	No
3.3. para nombrar miembros del consejo, ¿lleva en consideración habilidades, conocimientos y especialización para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades y riesgos ambientales y sociales?		
3.4. ¿utiliza estudios, investigaciones y el apoyo de especialistas para mejor fundamentar la resolución de dilemas éticos, socioambientales y relativos a derechos humanos?		
3.5. ¿incluye el respeto a los derechos humanos ⁸ como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones?		
3.6. ¿orienta sus operaciones en concordancia con las declaraciones de principios de la Organización Internacional del Trabajo ⁹ (OIT), con las directrices para compañías multinacionales de la Organización para Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) ¹⁰ y/o Principios del Pacto Global ¹¹ y/ o en apoyo a las Metas del Milenio ¹² ?		
3.7. ¿La declaración de la visión y estrategia de la organización contemplan contribuciones y dilemas de la compañía en lo que se refiere al desarrollo sostenible?		

RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

Diálogo con las Partes Interesadas (*Stakeholders*¹³)

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

Discute dilemas, estrategias y problemas sólo en el ambiente de 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 compañía y practica una gestión de transparencia de estrategias y resultados.	Posee indicadores de desempeño definidos a partir del diálogo estructurado con las partes interesadas y tiene mecanismos para asegurar que los canales de comunicación y discusión sean accesibles y eficientes.	Nunca hemos tratado este asunto antes.
ETAPA 1 <input type="checkbox"/>	ETAPA 2 <input type="checkbox"/>	ETAPA 3 <input type="checkbox"/>	ETAPA 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)

Valores, Transparencia y Gobernanza

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	4.1. ¿mantiene comunicación regular con grupos o partes interesadas que critiquen la naturaleza de sus procesos, productos o servicios?		
	4.2. ¿incluye las expectativas o demandas de las partes interesadas en sus decisiones sobre políticas o operaciones?		
	4.3. ¿posee indicadores de desempeño resultantes del diálogo con las partes interesadas?		
	4.4. ¿se utiliza de metodologías de diálogo estructurado con las partes interesadas, tales como la Norma AA1000 ¹⁴ o similares?		
	4.5. ¿tiene proceso para mapear sus partes interesadas, identificar sus atributos y especificar su relación con la organización?		

Relaciones con la competencia

5. Respecto a las políticas de relación con la competencia u organizaciones de mismo propósito, la empresa:

<p>Sigue las prácticas de precio y competencia comunes al mercado, cumple la legislación y busca un posicionamiento leal.</p> <p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Posee reglas explícitas y declaradas sobre competencia desleal discutiendo periódicamente (o cuando necesario) con el público interno sobre su postura ante los concurrentes.</p> <p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Discute su postura con proveedores y clientes, alertándolos para las cuestiones de la competencia leal, y participa en asociaciones de clase en la discusión de esos aspectos.</p> <p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Ejerce posición de liderazgo en su segmento en discusiones relacionadas a la búsqueda de estándares de competencia cada vez más elevados (combate a la formación de truces y cárteles, prácticas desleales de comercio, fraude en licitaciones y espionaje empresarial).</p> <p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
---	--	---	---	--

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	5.1. ¿en los últimos tres años, ha sido denunciada por el Consejo Administrativo de Defensa Económica (Cade) por práctica de competencia desleal?		
	5.2. ¿expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su sitio en la Web, de material institucional, del informe anual etc.)?		

Valores, Transparencia y Gobernanza

Informaciones Adicionales	Sí	No
5.3. ¿no se utiliza de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de los concurrentes para promover sus productos o servicios?		
5.4. ¿la política sobre competencia desleal prevé reglas sobre piratería, evasión fiscal, contrabando, adulteración de productos y de marcas?		

Balance Social ¹⁵

6. Respecto a la elaboración de informe sobre los aspectos económicos, sociales y ambientales de sus actividades, la empresa:

Elabora sin regularidad definida el balance social con informaciones sobre sus acciones sociales y ambientales.	Elabora anualmente el balance social, describiendo sus acciones sociales y ambientales e incorporando aspectos cuantitativos.	Produce con amplia involucración interna el balance social fácilmente accesible, que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, con tan sólo resultados favorables.	Produce un balance social fácilmente accesible, elaborado con involucración de los <i>stakeholders</i> ¹⁶ externos, que integra las dimensiones sociales, ambientales y económicas de sus actividades e incluye resultados desfavorables y los respectivos desafíos, con metas para el próximo periodo.	Nunca hemos tratado este asunto antes.
ETAPA 1 <input type="checkbox"/>	ETAPA 2 <input type="checkbox"/>	ETAPA 3 <input type="checkbox"/>	ETAPA 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)

Informações Adicionais	Sí	No
6.1. ¿las informaciones sobre la situación económico-financiera de las actividades de la compañía son auditadas por terceros?		
6.2. ¿las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de las actividades de la compañía son auditadas por terceros?		

Valores, Transparencia y Gobernanza

Informações Adicionais		Sı	No
	6.3. en el proceso de elaboraci3n del balance social,  la compaa involucra a por lo menos cuatro de los siguientes <i>stakeholders</i> : comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general (por ejemplo, por medio de contactos con organizaciones de defensa del medio ambiente, sindicatos, entidades volcadas a la salud pública o defensa de los derechos humanos etc.)?		
	6.4.  incorpora la compaa en el balance social crıticas, sugerencias y testimonios de partes interesadas?		
	6.5.  el proceso de divulgaci3n del balance social contempla por lo menos a cuatro de los siguientes <i>stakeholders</i> : público interno, comunidad, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general ?		
	6.6.  expone la compaa datos sobre aspectos econ3mico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades en la Internet?		
	6.7.  contempla la compaa en su balance social datos e indicadores de monitoreo de la distribuci3n de riqueza - la Demostraci3n del Valor Añadido (DVA), por ejemplo?		
	6.8.  los datos recogidos y utilizados para el balance social se emplean en la planificaci3n estrat3gica de la empresa?		
	Al producir el balance social, la compaa lleva en consideraci3n los principios¹⁷:		
	6.9. Relevancia		
	6.10. Veracidad		
	6.11. Claridad		
	6.12. Comparabilidad		
	6.13. Verificabilidad		
	6.14. Neutralidad		
		2003	2004
			2005
	6.15. Partes interesadas (ex.: público interno, proveedores, comunidad, gobierno y sociedad etc.) involucradas en la elaboraci3n del balance social		

NOTES

⁶ Véase la publicación del Instituto Ethos 'Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas – Reflexões e Sugestões' (agosto 2000), disponible para download gratis en el sitio www.ethos.org.br

⁷ "Los debates sobre gobernanza corporativa en América Latina y en todo el mundo, se concentran en las sociedades de capital abierto y en las empresas que, aun siendo de capital cerrado, tienen potencial para la apertura de su capital a corto plazo. (...) Sin embargo, (...) la buena gobernanza corporativa constituye motivo relevante de preocupación también para las sociedades de capital cerrado, pues la mayor parte de ellas depende todavía de autofinanciamiento, de operaciones de private equity y del sistema bancario para levantar los recursos necesarios para su expansión y crecimiento. Las sociedades de capital cerrado (en general, empresas familiares o de propiedad de sus propios fundadores) deben adoptar prácticas coherentes de contabilidad y auditoría, así como controles adecuados y administración y planificación estratégicas, si quieren preservar su competitividad." (Fuente: Informe Oficial sobre Gobernanza Corporativa en América Latina, de la OCDE. Para más informaciones sobre gobernanza corporativa, visite el sitio www.ibgc.org.br

⁸ Un ejemplo de cuestiones a las cuales la compañía debe estar atenta es no invertir ni tampoco adquirir fábricas que empleen trabajo infantil o sometan a sus empleados a condiciones impropias de salud y seguridad, o empresas consideradas 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 en corrupción, situación en que la empresa puede ser considerada connivente con crímenes contra el patrimonio público y con distribución de renta fraudulenta. Situaciones como éstas generan 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, está claro, de daños a la reputación. (Véase la Declaración Universal de los Derechos Humanos en el sitio www.mj.gov.br/sedh/depd/hgpdhiddh_bib_inter_universal.htm

⁹ Los principios y derechos fundamentales en el trabajo están 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 sitio de la OIT www.oit.org/public/portugues/regionlampro/brasil/normas_princip_dir.htm

¹⁰ Las directrices de la OCDE para multinacionales proveen principios y estándares voluntarios 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 sitio www.mre.gov.br/portugues/politica_externa/organismos/ocde/diretrizes_02.asp

¹¹ El Pacto Global (Global Compact) es una iniciativa desarrollada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) con el objetivo de movilizar la comunidad empresarial internacional para la promoción de valores fundamentales en las áreas de derechos humanos, trabajo y medio ambiente. Esa iniciativa cuenta con la participación de las agencias de las Naciones Unidas, empresas, sindicatos, organizaciones no-gubernamentales y demás aliados necesarios para la construcción de un mercado global más inclusivo e igualitario. Más informaciones en los sitios www.unglobalcompact.org y www.ethos.org.br/docs/empresas_entidades/global_compact/index.shtml

¹² La Declaración del Milenio de las Naciones Unidas es un documento aprobado en la Cumbre del Milenio, realizada del 6 al 8 de septiembre de 2000, en Nueva York, EU. Se trata de un compromiso global para enfrentar los más significativos desafíos en los campos económico y social planteados como metas a cumplirse hasta el 2015. (Más informaciones en el sitio www.undp.org.br/milenio/default.asp o www.ethos.org.br).

¹³ Stakeholder – término en inglés ampliamente utilizado para designar a las partes interesadas, o sea, cualquier individuo o grupo que pueda afectar el negocio, por medio de sus opiniones o acciones, o afectarse por él: público interno, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno, accionistas etc. Existe una tendencia cada vez mayor a considerar quienes se juzgan stakeholder como tal, y en cada situación, la compañía debe procurar hacer un mapeo de los stakeholder involucrados.

¹⁴ La AA1000 (AccountAbility 1000) es una norma internacional para la gestión de la contabilidad, auditoría y relato de responsabilidad corporativa. Por medio de la inclusión de stakeholder en varios pasos del proceso, la organización que la adopta obtiene credibilidad ante sus diversos públicos. (Más informaciones en el sitio www.accountability.org.uk).

¹⁵ Véase la Guía de Elaboração do Balanço Social 2004, disponible para download en el sitio www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/guia_relatorio/default.htm

¹⁶ Véase la nota 11.

¹⁷ Más informaciones sobre los principios para elaboración de balances social, véase la Guía de Elaboração do Balanço Social 2005 – disponible para download en el sitio www.ethos.org.br

Público Interno

DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

- Relaciones con Sindicatos
- Gestión Participativa

RESPECTO AL INDIVIDUO

- Compromiso con el Futuro de los Niños
- Valoración de la Diversidad
- Relaciones con Trabajadores Tercerizados

TRABAJO DECENTE

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

Indicadores Ethos 2005

Principios del Pacto Global Correspondientes

PÚBLICO INTERNO

DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

<i>Relaciones con Sindicatos</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestión Participativa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

RESPECTO AL INDIVIDUO

<i>Compromiso con el Futuro de los Niños</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Valoración de la Diversidad</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Relaciones con Trabajadores Tercerizados</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

TRABAJO DECENTE

<i>Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Conducta Frente a Despidos</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Preparación para la Jubilación</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Público Interno

DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

Relaciones con Sindicatos

7. Respecto a la participación de empleados en sindicatos¹⁸ y en la relación con sus representantes, la empresa:

<p>No ejerce presión sobre los empleados involucrados en actividades sindicales.</p>	<p>No ejerce presión y ofrece libertad para la actuación de los sindicatos en el sitio de trabajo.</p>	<p>Además de permitir la actuación de los sindicatos en el sitio de trabajo, provee informaciones sobre las condiciones de trabajo, y los dirigentes de la compañía se reúnen periódicamente con los sindicatos para oír sugerencias y negociar reivindicaciones.</p>	<p>Además de eso, posee un canal de comunicación consolidado con los sindicatos, informándolos y proveyéndoles datos financieros y relativos a objetivos estratégicos (cuando estos afecten a los trabajadores) para subsidiar las discusiones.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	7.1. ¿provee informaciones que afecten a los trabajadores en tiempo hábil para que el sindicato y los trabajadores se posicionen?		
	7.2. ¿posee convenio colectivo con el sindicato de la categoría principal?		
	7.3. ¿posee comisión de fábrica o de alcance empresarial garantizada por convenio colectivo?		
	7.4. en caso de que actúe en distintas regiones, ¿negocia con el conjunto de sindicatos de esas regiones un nivel mínimo de prestaciones comunes?		
	7.5. ¿pone a disposición informaciones básicas sobre derechos y deberes de la categoría tales como pacto salarial, contribuciones sindicales etc.?		

Gestión Participativa

8. Respecto a la involucración de los empleados en la gestión, la empresa:

<p>Pone a disposición informaciones sobre la compañía y entrena (programas de integración, entrenamiento sobre nuevos productos y servicios, seminarios y conferencias sobre nuevas políticas y estrategias etc.) a los empleados para que puedan comprenderlas y analizarlas.</p>	<p>Además de eso, pone a disposición de los empleados informaciones económico-financieras.</p>	<p>Además de lo expuesto en las dos etapas anteriores, tiene un proceso estructurado de discusión y análisis de las informaciones económico-financieras con sus empleados.</p>	<p>Prevé la participación de representantes de los empleados en comités de gestión o en las decisiones estratégicas y provee entrenamiento necesario para que participen en la formulación de esos procesos.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales		Sí	No
	8.1. todos los integrantes de comisiones de trabajadores – Comisión Interna de Prevención de Accidentes (Cipa), Comisión de Conciliación Previa (CCP), de reparto de utilidades etc. – ¿son electos por los trabajadores sin interferencia de la empresa?		
	8.2. ¿posee la compañía políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos?		
	8.3. ¿posee programa para estimular y reconocer sugerencias de los empleados para mejoría de los procesos internos?		

RESPECTO AL INDIVIDUO

Compromiso con el futuro de los niños¹⁹

9. En el tratamiento de la cuestión de los derechos del niño y del adolescente²⁰, la empresa:

<p>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 18 años), discute internamente la importancia de la educación y las consecuencias del trabajo infantil.</p>	<p>Además de respetar la legislación nacional que prohíbe el trabajo infantil y discutir la cuestión internamente, posee proyectos que contribuyen para el desarrollo de los hijos de los empleados, estimulando sus competencias técnicas y psicosociales (ciudadanía, deportes, artes).</p>	<p>Además de lo descrito anteriormente, desarrolla o apoya proyectos para los niños y adolescentes de la comunidad.</p>	<p>Coordina sus proyectos con otros realizados en la comunidad e interviene en el poder público en beneficio del niño y del adolescente.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

La compañía:		Sí	No	
	9.1. ¿discute con otras compañías o presenta propuestas prácticas para el combate al trabajo infantil en su sector (o de manera general)?			
	9.2. ¿tiene programa específico para contratación de aprendices ²¹ ?			
	9.3. ¿destina el 1% del Impuesto de Renta debido para contribuir con los fondos gestionados por los Consejos de los Derechos del Niño y del Adolescente ²² ?			
	9.4. ¿estimula a los empleados a destinar hasta el 6% del Impuesto de Renta debido para contribuir con los fondos gestionados por los Consejos de los Derechos del Niño y del Adolescente ²³ ?			
	9.5. ¿estimula a los proveedores y compañías asociadas a destinar el 1% del Impuesto de Renta debido para contribuir con los fondos gestionados por los Consejos de los Derechos del Niño y del Adolescente ²⁴ ?			
	10.6. Cantidad de actuaciones que recibió la compañía del Ministerio del Trabajo con relación al uso de mano de obra infantil	2003	2004	2005

Valoración de la Diversidad²⁵

10. Al reconocer la obligación ética de las compañías de combatir todas las formas de discriminación negativa y de valorar las oportunidades ofrecidas por la riqueza de la diversidad de nuestra sociedad, la empresa:

<p>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.</p>	<p>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 posibles denuncias.</p>	<p>Además de poseer normas escritas, realiza entrenamiento específico sobre el tema y utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas y establecer estrategias de reclutamiento y promoción.</p>	<p>Además de poseer normas antidiscriminatorias, las subraya en los procesos de admisión y promoción, realiza entrenamiento sobre el tema y monitorea sus cuadros. También desarrolla actividades de valoración de grupos poco representados en la empresa.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	11.1. ¿posee políticas explícitas de no discriminación (de raza, género, edad, religión y orientación sexual) en la política salarial, en la admisión, en la promoción, en el entrenamiento y en el despido de empleados?		
	11.2. ¿posee políticas de capacitación profesional para mejorar la cualificación de grupos usualmente discriminados como negros (negros y pardos), mujeres o personas con edad superior a 45 años?		
	11.3. ¿monitorea sus cuadros buscando equidad en la participación de hombres y mujeres en cargos de gerencia?		
	11.4. ¿paga salarios y ofrece prestaciones idénticos a hombres y mujeres que ejerzan la misma función en cualquier nivel jerárquico?		
	11.5. ¿paga salarios y ofrece prestaciones idénticos a negros (negros y pardos) y blancos que ejerzan la misma función en cualquier nivel jerárquico?		
	11.6. ¿ofrece flexibilidad de horario para hombres y mujeres con hijos menores de 6 años?		

Público Interno

Informaciones Adicionales	Sí	No	
11.7. ¿posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos?			
11.8. ¿mantiene programa especial para la contratación de personas con discapacidad ²⁶ ?			
11.9. ¿ofrece oportunidades de trabajo para ex detenidos ²⁷ ?			
11.10. ¿tiene política preferente para la contratación de individuos con edad superior a 45 años o desempleados desde hace más de dos años?			
11.11. ¿apoya proyectos en la comunidad para mejorar la oferta de profesionales cualificados provenientes de grupos usualmente discriminados en el mercado de trabajo?			
11.12. ¿realiza censo o proceso interno para monitorear posibles desigualdades raciales, identificando sus candidatos a plazas o empleados, según el IBGE, como blancos, negros, pardos, amarillos e indígenas?			
	2003	2004	2005
11.13. Porcentual de mujeres en relación al total de empleados			
11.14. Porcentual de mujeres en cargos de gerencia en relación al total de cargos de gerencia			
11.15. Porcentual de mujeres negras (negras y pardas) en cargos de gerencia en relación al total de cargos de gerencia			
11.16. Porcentual de hombres negros (negros y pardos) en relación al total de empleados			
11.17. Porcentual de hombres negros (negros y pardos) en cargos de gerencia en relación al total de cargos de gerencia			
11.18. Porcentual de empleados arriba de 45 años de edad en relación al número total de empleados			
11.19. Salario promedio mensual en cargos de gerencia de las mujeres blancas – en reales			
11.20. Salario promedio mensual en cargos de gerencia de las mujeres negras (negras y pardas) – en reales			
11.21. Salario promedio mensual en cargos de gerencia de los hombres blancos – en reales			
11.22. Salario promedio mensual en cargos de gerencia de los hombres negros (negros y pardos) – en reales			

Relaciones con Trabajadores Tercerizados

11. 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 corresponsabilidad por el cumplimiento de las obligaciones laborales y de seguridad social.</p>	<p>Monitorea periódicamente el cumplimiento de los requisitos establecidos, exigiendo que se hagan los ajustes que garanticen el correcto cumplimiento de la legislación.</p>	<p>Además de monitorear el cumplimiento de la legislación, negocia con sus proveedores para que proporcionen a sus empleados niveles salariales compatibles con el promedio de mercado.</p>	<p>Ofrece al trabajador tercerizado las mismas condiciones de salud y seguridad y acceso a prestaciones básicas que tienen los empleados regulares, como transporte, alimentación, guardería, ambulatorio etc.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	8.1. ¿integra a los trabajadores tercerizados a sus programas de entrenamiento y desarrollo profesional?		
	8.2. ¿posee un número de trabajadores tercerizados inferior al 20% (veinte por ciento) del total de contratados?		
	8.3. ¿posee política de integración de los trabajadores tercerizados con la cultura, valores y principios de la empresa?		
		2003	2004
	8.4. Porcentual de trabajadores tercerizados en relación al total de la fuerza de trabajo		2005

TRABAJO DECENTE

Política de Remuneración, prestaciones y carrera

12. En su política de remuneración, prestaciones y carrera, la empresa:

<p>Busca superar los pisos salariales firmados con los sindicatos.</p>	<p>Trata a los empleados como un recurso, estimulándolos por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional, según política estructurada de carrera, y llevando en cuenta las habilidades necesarias para su desempeño actual.</p>	<p>Valora competencias potenciales, estimulando a los empleados por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional y llevando en cuenta su capacidad futura de crecimiento y desarrollo de nuevas habilidades.</p>	<p>Trata a los empleados como socios y, además de valorar competencias potenciales por medio de la remuneración y del desarrollo profesional, establece mecanismos para que sus representantes participen en la formulación de políticas de remuneración y prestaciones, desarrollo profesional y movilidad interna.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales		Sí	No
12.1. ¿la remuneración variable de la compañía representa menos del 20% (veinte por ciento) de la masa salarial?			
La compañía:			
12.2. ¿posee políticas con metas para reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración pagada por la compañía (monitoreada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, en especie, incluyendo el reparto de utilidades y programa de bonos)?			
12.3. ¿ha efectuado, en los últimos dos años, un aumento de la proporción entre el menor salario de la compañía y el salario mínimo vigente?			
12.4. ¿realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones?			

Público Interno

Informaciones Adicionales	Sí	No	
La compañía ofrece las prestaciones listadas a continuación para empleados hombres y mujeres, indiscriminadamente, abarcando todos los niveles jerárquicos:			
12.5. ¿plan de salud familiar?			
12.6. ¿ayuda para educación de los hijos ²⁸ ?			
12.7. ¿ayuda para adquisición de vivienda?			
12.8. ¿guardería en el lugar de trabajo o de la red convenida?			
12.9. ¿las mismas prestaciones de sus empleados registrados a los empleados comisionados?			
El programa de reparto de utilidades de la empresa, en caso de que lo posea:			
12.10. ¿ fue establecido por medio de negociación con la comisión de empleados o con el sindicato y según la legislación aplicable?			
El programa de bonificación de la empresa, en caso de que lo posea:			
12.11. ¿ fue establecido por medio de negociación con la comisión de empleados o con el sindicato y según la legislación aplicable?			
12.12. ¿ofrece a los empleados bonos adicionales orientados por elementos de sustentabilidad, como éxitos a medio y largo plazo o el alcance de metas relacionadas al desempeño social y ambiental?			
	2003	2004	2005
12.13. División del menor salario de la compañía por el salario mínimo vigente			
Respecto al programa de reparto de utilidades de la empresa:			
12.14. Porcentual de los valores repartidos en relación a la masa salarial			
12.15. Porcentual de empleados beneficiados			
Respecto al programa de bonificación de la empresa:			
12.16. Porcentual de valores repartidos en relación a la masa salarial			
12.17. Porcentual de empleados beneficiados			
12.18. Porcentual de acciones de la compañía en poder de los empleados			

Cuidados con salud, seguridad y condiciones de trabajo

13. Con el objetivo de asegurar buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad, la empresa:

<p>Cumple rigurosamente las obligaciones legales y tiene planes y metas para alcanzar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.</p>	<p>Posee indicadores para monitorear los planes y metas para superar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.</p>	<p>Además de eso, desarrolla campañas regulares de concienciación e investiga el nivel de satisfacción de los empleados en relación al tema, evidenciando áreas críticas.</p>	<p>Además de desarrollar campañas y realizar encuestas, define las metas e indicadores de desempeño relacionados a condiciones de trabajo, salud y seguridad con la participación de los empleados, los incluye en la planificación estratégica y los divulga ampliamente.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	13.1. ¿ha sido avalada por las normas SA8000 ²⁹ , BS 8800 ³⁰ , OHSAS 18001 ³¹ o por norma equivalente?		
	13.2. ¿ofrece programa de prevención y tratamiento para drogadicción y adicción al alcohol?		
	13.3. ¿ofrece programa específico para la salud de la mujer ³² ?		
	13.4. ¿ofrece programa específico para portadores de HIV?		
	13.5. ¿posee política expresa de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos?		
	13.6. ¿posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral ³³ que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos?		
	13.7. ¿promueve ejercicios físicos en el horario laboral?		
	13.8. ¿promueve programa de combate al estrés para los empleados, especialmente para los que desempeñan funciones más estresantes (como operadores de <i>call center</i> , cajeros etc.)?		

Público Interno

Informaciones Adicionales	Sí	No
13.9. ¿posee programa de orientación alimentaria y nutricional?		
13.10. ¿posee política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras?		
13.11. ¿posee política de compensación de horas extras para todos los empleados, incluso gerentes y ejecutivos?		
13.16. Porcentual de los accidentes que resultaron en muerte de empleados y/o de prestadores de servicio		

Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad

14. Para desarrollar sus recursos humanos, la empresa:

<p>Promueve actividades de entrenamiento puntuales, con el foco centrado en el desempeño de tareas específicas.</p>	<p>Mantiene actividades sistemáticas de desarrollo y capacitación, con vistas al perfeccionamiento continuo de todo su personal, considerando la aplicabilidad en su función actual.</p>	<p>Además de promover capacitación continua, ofrece becas de estudio o similares para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la empleabilidad de sus empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual.</p>	<p>En todos los niveles jerárquicos, promueve capacitación continua y ofrece becas de estudio o similares para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la empleabilidad de sus empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	14.1. ¿mantiene programa de erradicación del analfabetismo (absoluto y/o funcional), educación primaria o enseñanza supletoria entre sus empleados, con metas y recursos definidos ³⁴ ?		
	14.2. ¿posee programa de mapeo para identificación de competencias potenciales por desarrollarse?		
	14.3. ¿contempla en sus políticas de desarrollo programas que promuevan la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización con los valores y principios individuales de sus empleados?		
	14.4. ¿posee programas de asesoramiento sobre la planificación de carreras con el afán de auxiliar a los empleados a reflejar sobre sus funciones e identificación de objetivos en largo plazo?		
	14.5. ¿considerando su papel social respecto a los practicantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal en sus respectivas áreas de estudio y con el debido acompañamiento?		

Público Interno

	2003	2004	2005
14.6. Porcentual de analfabetos en la fuerza de trabajo			
14.7. Cantidad de horas de desarrollo profesional por empleado/año			
14.8. Porcentual de la facturación bruta que se gasta en desarrollo profesional y educación			

Conducta frente a despidos

15. Ante la necesidad de reducción de personal, la empresa:

<p>Procura evitar despidos, analizando alternativas de contención y reducción de gastos.</p> <p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de eso, discute alternativas con los empleados y analiza indicadores socioeconómicos (edad, estado civil, número de dependientes) para orientar la definición de prioridades.</p> <p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Permite acceso a las informaciones que abalizaron las decisiones tomadas y ofrece incentivos para la dimisión voluntaria.</p> <p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Ofrece servicios de recolocación y/o financia la recapacitación y manutención de prestaciones a los trabajadores despedidos, en todos los niveles jerárquicos.</p> <p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
--	---	--	---	--

Informaciones Adicionales	La compañía:	Si	No
15.1.	¿ha tenido reclamos laborales relacionados a despidos en los últimos tres años?		
15.2.	¿ofrece programa de dimisión voluntaria incentivada?		
15.3.	¿acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene política para minimización y mejoría de ese indicador?		
15.4.	¿busca establecer diálogo estructurado con instancias del gobierno local, especialistas, ONGs y sindicatos para conocer, entender, prever y reducir el impacto de un posible cierre de unidades de negocios o plantas, o de la eventual necesidad de corte de personal?		

Público Interno

Informaciones Adicionales		Sí	No
	15.5. ¿busca asociaciones con organizaciones especializadas para desarrollar programas de capacitación y estímulo al emprendedorismo?		
	15.6. ¿busca cotejar con otras compañías la posibilidad de alternativas como traspaso temporal del excedente de empleados en caso de necesidad de reducción de personal?		
	15.7. ¿ante la necesidad de reducción de personal, prevé una comunicación dirigida a los empleados remanecientes sobre las razones que abalizaron las decisiones tomadas?		
		2003	2004
	15.8. Número de empleados al final del periodo		
	15.9. Número total de despidos en el periodo		
	15.10. Número total de admisiones en el periodo		
	15.11. Porcentual de despidos arriba de 45 años de edad en relación al número total de despidos		
	15.12. Porcentual de reclamos laborales iniciados por total de despidos en el periodo		

Preparación para Jubilación

16. Con el objetivo de preparar a sus empleados para la jubilación, la empresa:

Ofrece informaciones básicas sobre la obtención de la jubilación.	Orienta y ofrece asesoramiento regular sobre las modificaciones de la legislación, alternativas y procedimientos administrativos necesarios para la obtención de la jubilación.	Desarrolla actividades sistemáticas de orientación (colectiva e individual), aconsejamiento y preparación para la jubilación, discutiendo sus aspectos psicológicos y de planificación financiera.	Además de poseer programa sistemático de preparación interna, ofrece oportunidades de aprovechamiento de la capacidad de trabajo de los jubilados.	Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.) <input type="checkbox"/>
ETAPA 1 <input type="checkbox"/>	ETAPA 2 <input type="checkbox"/>	ETAPA 3 <input type="checkbox"/>	ETAPA 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	16.1. ¿ofrece programa de previdencia complementario a todos sus empleados?		
	16.2. ¿involucra a los familiares de los empleados en el proceso de preparación para la jubilación?		
	16.3. ¿participa en la elaboración de políticas públicas con el foco centrado en los mayores?		
	16.4. ¿participa o apoya programas y campañas públicas o privadas de valoración de los mayores?		
		2003	2004
	16.5. número de empleados que participaron en el programa de preparación para jubilación:		
	16.6. número de liderazgos y jefaturas entrenadas sobre la cuestión del impacto emocional de la jubilación e importancia de la preparación del empleado:		

NOTES

¹⁸ Para más informaciones sobre temas relacionados al trabajo, visite el sitio del Departamento Intersindical de Estadísticas e Estudos Socio-econômicos (Dieese): www.dieese.org.br

¹⁹ Véase el manual del Instituto Ethos O Que as Empresas Podem Fazer pela Criança e pelo Adolescente, disponible para download gratis en el sitio www.ethos.org.br

²⁰ Para más informaciones sobre los derechos del niño y del adolescente, visite el sitio de la Fundação Abrinq www.abrinq.org.br

²¹ Todas las empresas de medio y grande porte deben contratar aprendices en número equivalente al 5% como mínimo y al 15% como máximo del total de empleados cuyas funciones demanden formación profesional. Las micro y pequeñas empresas no están obligadas a contratar aprendices, pero pueden hacerlo, contribuyendo así para la formación profesional de adolescentes. Más informaciones en el sitio www.leidoaprendiz.org.br

²² Más informaciones sobre Consejos de los Derechos del Niño y del Adolescente en el sitio www.fundabrinq.org.br/index.php?pg=biblioteca.

²³ Más informaciones sobre Consejos de los Derechos del Niño y del Adolescente en el sitio www.fundabrinq.org.br/index.php?pg=biblioteca.

²⁴ Más informaciones sobre Consejos de los Derechos del Niño y del Adolescente en el sitio www.fundabrinq.org.br/index.php?pg=biblioteca.

²⁵ Véanse las publicaciones del Instituto Ethos Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade, O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher, y Perfil Social, Racial e de Género das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas, Pesquisa 2003, disponibles para download gratis en el sitio www.ethos.org.br

²⁶ Véase el manual del Instituto Ethos O Que as Empresas Podem Fazer pela Inclusão das Pessoas com Deficiência, disponible para download gratis en el sitio www.ethos.org.br

²⁷ Véase el manual del Instituto Ethos O Que as Empresas Podem Fazer pela Reabilitação do Preso, disponible para download gratis en el sitio www.ethos.org.br

²⁸ Véanse los manuales del Instituto Ethos O Que as Empresas Podem Fazer pela Criança e pelo Adolescente y O Que as Empresas Podem Fazer pela Educação, disponibles para download gratis en el sitio www.ethos.org.br

²⁹ La SA8000 es la primera norma volcada a la mejoría de las condiciones de trabajo. Abarca los principales derechos de los trabajadores (salud y seguridad, libertad de asociación, límite de horas de trabajo, compensación, garantías contra trabajo forzado, discriminación y trabajo infantil) y certifica su cumplimiento por medio de auditores independientes. La norma sigue el estándar de la ISO 9000 y de la ISO 14000, lo que facilita su implementación por compañías que ya conocen ese sistema. Más informaciones en el sitio www.cepaa.org

³⁰ Norma creada por la British Standards Institution (BSI) sobre sistema de gestión da salud y seguridad en el trabajo. Más informaciones en: www.bsi-global.com/Small+Business/Standards/Building/bs8800.xalter

³¹ La OHSAS 18001 es una serie de normas de evaluación de salud y seguridad ocupacionales para sistemas de gestión de salud y seguridad. Su objetivo es auxiliar a las empresas en el control de los riesgos de salud y seguridad para empleados. Fue desarrollada en respuesta a la demanda por un estándar reconocido para evaluación y certificación. Más informaciones en www.ohsas-18001-occupational-health-and-safety.com/index.htm

³² Véase el manual del Instituto Ethos Como as Empresas Podem Investir na Saúde da Mulher, disponible para download gratis en el sitio www.ethos.org.br

³³ Acoso moral "es la exposición de los trabajadores y trabajadoras a situaciones humillantes y apremiantes, repetitivas y prolongadas, durante la jornada de trabajo y en el ejercicio de sus funciones, siendo más comunes en relaciones jerárquicas autoritarias y asimétricas, en que predominan conductas negativas, relaciones deshumanas y no éticas de larga duración, de uno o más jefes, en relación a uno o más subordinados, desestabilizando la relación de la víctima con el ambiente de trabajo y la organización, llevándola a desistir del empleo". (Fuente: www.assediomoral.org)

³⁴ Véase el manual del Instituto Ethos O Que as Empresas Podem Fazer pela Educação, disponible para download gratis en el sitio www.ethos.org.br

Medio Ambiente

RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS

- Comprometimiento de la Compañía con la Mejoría de la Calidad Ambiental
- Educación y Concienciación Ambiental

GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

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

Indicadores Ethos 2005

Principios del Pacto Global Correspondientes

MEDIO AMBIENTE

RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS

<i>Comprometimiento de la Compañía con la Mejoría de la Calidad Ambiental</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Educación y Concienciación Ambiental</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

<i>Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Sustentabilidad de la Economía Forestal</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Minimización de Entradas y Salidas de Materiales</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Medio Ambiente

RESPONSABILIDAD
FRENTE A LAS
GENERACIONES
FUTURAS

Comprometimiento de la Compañía con la Mejoría de la Calidad Ambiental

17. 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, desarrolla programas internos de mejora ambiental.</p>	<p>Además de cumplir la legislación, prioriza políticas preventivas y posee área o comité responsable del medio ambiente.</p>	<p>Trata la cuestión ambiental como tema transversal y sistémico en su estructura organizativa y la incluye en la planificación estratégica.</p>	<p>Desarrolla nuevos negocios (o nuevos modelos para negocios ya existentes) llevando en cuenta, desde la concepción, los principios y las oportunidades relacionadas a la sustentabilidad ambiental.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	17.1. ¿tiene una persona responsable por el área de medio ambiente que participa en sus decisiones estratégicas?		
	17.2. ¿participa de comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad?		
	17.3. ¿contribuye para la preservación de la biodiversidad por medio de proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados?		
	17.4. ¿posee política, programa y procesos específicos de conservación ambiental para actuar en áreas protegidas o ambientalmente sensibles?		
	17.5. ¿tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de exploración ilegal de recursos naturales (como madera, productos forestales no madereros, animales etc.)?		
	17.6. ¿tiene procesos para mapeo, análisis y acción sistémica para a mejoría de la calidad ambiental?		

Educación y Concienciación Ambiental

18. Con el objetivo de contribuir para la concienciación de la población sobre los desafíos ambientales resultantes de la actividad humana y cultivar valores de responsabilidad ambiental, la empresa:

<p>Desarrolla acciones de educación ambiental y entrenamiento de empleados sobre esa temática, puntualmente o como resultado de presión externa (como exigencias del gobierno, crisis de suministro etc.).</p>	<p>Desarrolla sistemáticamente actividades de educación ambiental con el foco centrado en el público interno, colocando a su disposición informaciones y promoviendo discusiones.</p>	<p>Además de campañas internas, desarrolla campañas de concienciación y educación ambiental dirigidas a familiares de empleados y a la comunidad del entorno inmediato de la empresa.</p>	<p>Además de desarrollar campañas, la compañía apoya o participa en proyectos educativos en asociación con organizaciones no gubernamentales y ambientalistas, ejerciendo liderazgo social en favor de esa causa.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	18.1. ¿desarrolla periódicamente campañas internas de reducción del consumo de agua y de energía?		
	18.2. ¿desarrolla periódicamente campañas internas de educación para el consumo consciente y para el reciclado de materiales?		

GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

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

19. Considerando los impactos ambientales causados por sus procesos y productos o servicios, la empresa:

<p>Produce estudios de impacto ambiental según exigencias de la legislación y centra el foco de su acción preventiva en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y riesgo a la seguridad de sus empleados.</p>	<p>Además de cumplir con la obligación legal, conoce y desarrolla acciones para prevenir los principales impactos ambientales causados por sus procesos y productos o servicios, y realiza regularmente actividades de control y monitoreo.</p>	<p>Posee sistemas de gestión ambiental estandarizados y formalizados, incluyendo amplia identificación de riesgos, plan de acción, destinación de recursos, entrenamiento de empleados y auditoría.</p>	<p>Además de poseer sistema de gestión ambiental, produce estudios de impacto en toda la cadena productiva; desarrolla alianzas con proveedores con el afán de mejorar sus procesos de gestión ambiental y participa en la destinación final del producto y procesos postconsumo.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	19.1. ¿posee plan de emergencia ambiental que relaciona todos sus procesos y productos o servicios que involucren situaciones de riesgo, y entrena a sus empleados en intervalos frecuentes para enfrentar tales situaciones?		
	19.2. ¿posee política y sistema de monitoreo con el objetivo de aumentar la calidad ambiental de la logística y gestión de la flota (tanto para vehículos de la compañía como de sus contratados)?		
	19.3. ¿posee programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, para la recolección de materiales tóxicos o reciclado postconsumo?		
	19.4. ¿provee a sus consumidores y clientes informaciones detalladas sobre daños ambientales resultantes del uso y de la destinación final de sus productos?		

Medio Ambiente

Informaciones Adicionales		Sí	No
19.5. ¿discute con empleados, consumidores y clientes, proveedores y la comunidad los impactos ambientales causados por sus productos o servicios?			
19.6. ¿la compañía prioriza la contratación de proveedores que comprobadamente tengan buena conducta ambiental?			
Promedio de cantidad de incidentes, actuaciones y/o multas por violación de las normas de protección ambiental de:			
	2003	2004	2005
19.7. Baja gravedad			
19.8. Media gravedad			
19.9. Alta gravedad			

Sustentabilidad de la Economía Forestal³⁵

20. Con el objetivo de contribuir con la conservación y combatir la exploración ilegal y predatoria de nuestras florestas, la empresa:

<p>Reconoce la importancia de verificación del origen y de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales³⁶ utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo, pero no tiene política interna o programa específico</p>	<p>Tiene política o programa específico para verificación del origen y de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo.</p>	<p>Los insumos madereros y forestales utilizados en la operación diaria y/o proceso productivo poseen certificación de origen y de la cadena de custodia³⁷.</p>	<p>Las instalaciones y/o productos de la compañía poseen certificación de origen y de la cadena de custodia</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>

Medio Ambiente

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No	
	20.1. ¿realiza visitas programadas o eventualmente no programadas para realizar el monitoreo del origen o cadena de producción de los insumos madereros y forestales?			
	20.2. ¿incentiva a sus proveedores a buscar la certificación forestal?			
	20.3. ¿prioriza y apoya a los proveedores comprometidos con la sustentabilidad de las florestas?			
		2003	2004	2005
	20.4. Visitas programadas o no programadas realizadas para monitoreo del origen o cadena de custodia:			
	20.5. Cantidades de productos utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo con cadena de custodia certificada:			

Minimización de Entradas y Salidas de Materiales

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

<p>Busca reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas e implantar procesos de destinación adecuada de residuos, sin alterar su estándar tecnológico actual.</p>	<p>Invierte en la actualización de su estándar tecnológico, con vistas a reducir y/o sustituir recursos de entrada y la reutilización de residuos (por la misma compañía o por terceros).</p>	<p>Además de invertir en la reducción y en la reutilización de recursos, posee proceso para medir, monitorear y auditar periódicamente los aspectos ambientales significativos relacionados al consumo de recursos naturales y a la producción de residuos y desechos, estableciendo periódicamente nuevas metas.</p>	<p>Está cerca de alcanzar un alto nivel de sustentabilidad ambiental por medio de estrategias de reutilización y compensación ambiental que abarquen todo el sistema productivo.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>

Medio Ambiente

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No	
	21.1. ¿posee iniciativas para el uso de fuentes de energía renovables?			
	21.2. ¿mantiene acciones de control de la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a su servicio?			
	La compañía posee sistema de monitoreo con metas específicas para:			
	21.3. ¿el aumento de la eficiencia energética?			
	21.4. ¿la reducción del consumo de agua?			
	21.5. ¿la reducción de generación de residuos sólidos?			
	21.6. ¿la reducción de emisión de CO ₂ y otros gases del efecto invernadero en la atmósfera?			
		2003	2004	2005
	21.7. Total invertido en programas y proyectos de mejoría ambiental (en reales)			
	21.8. Porcentual de la facturación bruta destinado a programas y proyectos de mejoría ambiental			
	21.9. Consumo anual de energía (en kWh)			
	Consumo anual de combustibles fósiles:			
	21.10. gasolina/diesel (en litros)			
	21.11. óleo combustible (en toneladas)			
	21.12. gas – LPG/GN (en m ³)			
	21.13. Consumo anual de agua (en m ³)			
	21.14. Volumen promedio anual de CO ₂ y otros gases del efecto invernadero emitidos en la atmósfera (en toneladas)			
	21.15. Cantidad anual (en toneladas) de residuos sólidos generados (basura, desechos, escombros etc.)			

NOTES

³⁵ Véase el manual del Instituto Ethos "O Compromisso das Empresas com o Meio Ambiente – A Agenda Ambiental e a Sustentabilidade da Economia Florestal", mayo/2005 – disponible para download en el sitio www.ethos.org.br

³⁶ Ejemplos de productos provenientes de la floresta: celulosa para papel, embalajes, madera para muebles, lápices, pisos para la construcción civil, entre otros. Además de estos productos, existen también los no madereros como óleos, hierbas y frutas utilizados en la fabricación de diversos productos como medicamentos, alimentos, cosméticos etc. Más informaciones: www.compradores.org.br y www.amazonia.org.br

³⁷ Una de las certificaciones más importantes es la del FSC. El objetivo del FSC (Forest Stewardship Council, que significa Consejo de Manejo Forestal) es difundir el buen manejo forestal conforme principios y

critérios que concilian las salvaguardias ecológicas con los beneficios sociales y la viabilidad económica. El sello FSC da testimonio de que la madera (u otro insumo forestal) utilizada en un producto procede de una floresta manejada de forma ecológicamente adecuada, socialmente justa y económicamente viable, y en sintonía con todas las leyes vigentes. El sello sirve para orientar al consumidor consciente a optar por un producto que no degrada el medio ambiente y contribuye para el desarrollo social y económico. También orienta al comprador al mayoreo o al menudeo a escoger un producto diferenciado y con valor agregado, capaz de conquistar un público más exigente y, abrir, en esa forma, nuevos mercados. Los productos intermediarios o finales que utilizan materia prima forestal con el sello Cadena de Custodia FSC tienen la rastreabilidad de la materia prima de la floresta hasta el consumidor final. (Más informaciones en el sitio www.fsc.org.br).

Proveedores

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN CON PROVEEDORES

- Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores
- Trabajo Infantil en la Cadena Productiva
- Trabajo Forzado (o análogo al esclavo) en la Cadena Productiva
- Apoyo al Desarrollo de Proveedores

Indicadores Ethos 2005

Principios del Pacto Global Correspondientes

PROVEEDORES

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN CON PROVEEDORES

<i>Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Trabajo Infantil en la Cadena Productiva</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Trabajo Forzado (o Análogo al Esclavo) en la Cadena Productiva</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Apoyo al Desarrollo de Proveedores</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Proveedores

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN CON PROVEEDORES

Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

22. Para regular sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

<p>Posee políticas de selección y evaluación de proveedores y aliados conocidas por las partes involucradas y basadas sólo en factores como calidad, precio y plazo.</p>	<p>Posee normas conocidas de selección y evaluación de proveedores que contemplan criterios y exigencias relativas al cumplimiento de la legislación laboral, de la seguridad social 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 estándares ambientales.</p>	<p>Además de los criterios descritos anteriormente, exige que sus proveedores reproduzcan sus exigencias respecto a la responsabilidad social para sus respectivos proveedores, y que monitoreen esos criterios periódicamente.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	22.1. ¿al seleccionar proveedores (o desarrollar nuevos proveedores), incluye como criterio la práctica efectiva de procesos éticos de gestión de las informaciones de carácter privado obtenidas en sus relaciones con clientes o con el mercado en general?		
	22.2. ¿posee política explícita o programa específico de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores?		
	22.3. ¿produce informe periódico con evidencias de que se están cumpliendo e implementando las cuestiones relacionadas a la responsabilidad social empresarial en su cadena productiva?		
	22.4. ¿discute cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores, con vistas al entrenamiento y adecuación de sus criterios?		
	22.5. ¿establece plazo formal para la conformidad de sus proveedores con sus criterios de responsabilidad social?		
	22.6. ¿al exigir prácticas de responsabilidad social de sus proveedores, realiza visitas de inspección de esas prácticas?		

Proveedores

Informaciones Adicionales		Sí	No
22.7. ¿conoce en profundidad el origen de las materias primas, insumos y productos utilizados en su producción o en las operaciones diarias y tiene la garantía de que en esos orígenes se respetan los derechos humanos y el medio ambiente?			
22.8. ¿adopta criterios de compra que contemplan la garantía de origen para evitar la adquisición de productos "piratas", falsificados o fruto de robo de carga?			
		2003	2004
22.9. Porcentual del total de proveedores que han recibido visita de inspección de prácticas de responsabilidad social			
22.10. Entrenamientos, cursos, conferencias o reuniones sobre prácticas de responsabilidad social ofrecidas a los proveedores			

Trabajo Infantil en la Cadena Productiva³⁸

23. En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

Posee políticas formales con el objetivo de contribuir para la erradicación del trabajo infantil, discute la cuestión con los proveedores y los estimula a cumplir la legislación.	Además de discutir la cuestión, posee cláusula específica en sus contratos relativa a la prohibición del trabajo infantil.	Además de poseer cláusulas específicas en sus contratos que prohíben el trabajo infantil, verifica su cumplimiento.	Articula programas y actividades con el objetivo de erradicar el trabajo infantil en su cadena productiva, incluyendo su prohibición en los contratos de sus proveedores con terceros.	Nunca hemos tratado este asunto antes.
ETAPA 1 <input type="checkbox"/>	ETAPA 2 <input type="checkbox"/>	ETAPA 3 <input type="checkbox"/>	ETAPA 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
				No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)
				<input type="checkbox"/>

Proveedores

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	23.1. ¿tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes sobre su cadena productiva, realizando inspecciones <i>in loco</i> y exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra infantil?		

Trabajo Forzado (o Análogo al Esclavo) en la Cadena productiva³⁹

24. En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

Posee políticas formales con el objetivo de contribuir para la erradicación del trabajo forzado, discute la cuestión con los proveedores y los estimula a cumplir la legislación.	Además de discutir la cuestión, posee en sus contratos cláusula específica relativa a la prohibición del trabajo forzado.	Además de poseer en sus contratos cláusulas específicas que prohíben el trabajo forzado, verifica su cumplimiento.	Articula programas y actividades que tienen el afán de erradicar el trabajo forzado en su cadena productiva, incluyendo su prohibición en los contratos de sus proveedores con terceros.	Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/>
ETAPA 1 <input type="checkbox"/>	ETAPA 2 <input type="checkbox"/>	ETAPA 3 <input type="checkbox"/>	ETAPA 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	24.1. ¿tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes de evaluación y acompañamiento de sus proveedores, exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra forzada?		
		2003	2004
	24.2. Cantidad de actuaciones que recibió la compañía del Ministerio del Trabajo respecto al uso de trabajo forzado		2005

Apoyo al Desarrollo de Proveedores⁴⁰

25. Respecto a proveedores de igual o menor porte, la empresa:

<p>Negocia con transparencia y establece relaciones contractuales con base tan sólo en criterios comerciales.</p>	<p>Contribuye para la mejoría del estándar gerencial de los proveedores, al colocar a disposición informaciones y al promover actividades conjuntas de entrenamiento.</p>	<p>Además de contribuir para la mejoría gerencial de los proveedores, mantiene con ellos relaciones comerciales duraderas y utiliza criterios de negociación que contemplan su crecimiento futuro.</p>	<p>Además de contribuir para el crecimiento de sus proveedores de igual o menor porte, estimula y facilita su involucración en proyectos sociales y ambientales.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	25.1. ¿incluye entre sus proveedores individuos o grupos de la comunidad, tales como cooperativas, asociaciones de barrio y organizaciones con proyectos de generación de renta para grupos usualmente excluidos (poblaciones indígenas, personas con discapacidad etc.)?		
	25.2. ¿apoya a organizaciones que practican y promueven el Comercio Justo ⁴¹ ?		
	25.3. ¿tiene como norma el tratamiento justo a los proveedores, privilegiando el pequeño proveedor (con remuneración justa y al día, calidad en la relación, programas de cualificación y de traspaso de tecnologías etc.)?		
	25.4. ¿estimula la formación de redes o cooperativas de proveedores, ayudándolos a adecuarse a nuevos estándares de suministro?		
	25.5. ¿tiene política de compras que privilegien a proveedores con certificación socioambiental (como son las SA8000 ⁴² , ISO 14000 ⁴³ , FSC ⁴⁴ , FLO ⁴⁵ etc.)?		
	25.6. ¿tiene mecanismos formales que permitan que transferir a la cadena de proveedores sus valores y principios, tales como buenas condiciones de trabajo, ausencia de mano de obra infantil y forzada (o análoga a la mano de obra esclava), protección al medio ambiente, equidad de género, transparencia, participación y prestación de cuentas?		
	25.7. ¿posee la figura del 'defensor' para proveedores o función similar para asegurar una relación de alianza con esa parte interesada?		

NOTES

³⁸ Convención 138 de la OIT sobre la edad mínima de admisión al empleo – La Convención 138 sobre edad mínima de admisión al empleo, adoptada por la OIT en 1973, tiene el objetivo central de establecer niveles mínimos de edad para admisión al empleo y al trabajo como forma de prevenir y eliminar el trabajo infantil. Integra, actualmente, el conjunto de ocho convenciones de la OIT identificadas como fundamentales para la promoción de los derechos humanos en el trabajo. Fuente: http://www.mre.gov.br/portugues/politica_externa/temas_agenda/desenvolvimento/trabalho_oit.asp (Ministerio de Relaciones Exteriores)

³⁹ El artículo 2º de la Convención 29 de la OIT sobre Trabajo Forzado u Obligatorio define y limita el uso de la expresión “trabajo forzado u obligatorio”, la cual se refiere a “todo trabajo o servicio exigido de una persona bajo amenaza de sanción y para el cual no se haya ofrecido espontáneamente”. Para más informaciones sobre trabajo forzado, visite el sitio www.ilo.org/public/portuguese/region/lampro/brasil/trabalho_forcado/oit/faq/p1.htm

⁴⁰ Véase el manual del Instituto Ethos Como Fortalecer a Responsabilidade Social nas Relações entre Grandes e Pequenas Empresas, download gratis disponible en el sitio www.ethos.org.br

⁴¹ “Comercio Justo” es la expresión utilizada en Brasil para identificar el movimiento internacional llamado Fair Trade, que, además de justo, es un comercio ético y solidario, basado en principios como la erradicación del trabajo infantil y del trabajo esclavo, la eliminación de las discriminaciones relativas a raza, género y religión y la preservación de la salud de las personas y del medio ambiente. (Más informaciones en el sitio www.facesdobrasil.org.br).

⁴² Véase la nota 23

⁴³ Una serie de estándares que auxilian a la empresa a establecer e implementar un sistema de gestión ambiental, proveyendo los requisitos que han de ser considerados para fines de auditoría y certificación. Con

base referencia en métodos y análisis, la ISO 14000 busca garantizar que un determinado agente productor de bienes o servicios se utilice de procesos gerenciales y procedimientos específicos para reducir las posibilidades de ocurrencia de daños ambientales. (Más informaciones en el sitio www.iso.org/iso/en/iso9000-14000/iso14000/iso14000index.html).

⁴⁴ El objetivo del FSC (Forest Stewardship Council, que significa Consejo de Manejo Forestal) es difundir el buen manejo forestal conforme principios y criterios que concilian las salvaguardias ecológicas con las prestaciones sociales y la viabilidad económica. El sello FSC da testimonio de que la madera (u otro insumo forestal) utilizada en un producto procede de una floresta manejada de forma ecológicamente adecuada, socialmente justa y económicamente viable, y en sintonía con todas las leyes vigentes. El sello sirve para orientar al consumidor consciente a optar por un producto que no degrada el medio ambiente y contribuye para el desarrollo social y económico. También orienta al comprador al mayoreo o al menudeo a escoger un producto diferenciado y con valor agregado, capaz de conquistar un público más exigente y, abrir, en esa forma, nuevos mercados. (Más informaciones en el sitio www.fsc.org.br).

⁴⁵ La FLO (Fair Trade Labelling Organizations) es una organización internacional de certificación de productos de comercio justo.

Consumidores y Clientes

DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

- Política de Comunicación Comercial
- Excelencia de la Atención
- Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios

Indicadores Ethos 2005

Principios del Pacto Global Correspondientes

CONSUMIDORES Y CLIENTES

DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

<i>Política de Comunicación Comercial</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Excelencia de la Atención</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Consumidores y Clientes

DIMENSIÓN SOCIAL
DEL CONSUMO⁴⁶

Política de Comunicación Comercial

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

<p>Focaliza sus estrategias de comunicación en los objetivos relacionados a volumen de ventas y resultados financieros de corto plazo.</p>	<p>Tiene una política formal de comunicación alineada con sus valores y principios, que abarca todo su material de comunicación, tanto interno como externo.</p>	<p>Además de tener una política de comunicación abarcadora y alineada con sus valores y principios, procura estimular la comunicación de los clientes y consumidores con la compañía y aclarar aspectos innovadores o controvertidos de sus productos y servicios, así como alertar para eventuales efectos perjudiciales y cuidados necesarios a su uso.</p>	<p>Además de tener una política de comunicación y aclarar y alertar para cuidados necesarios al uso de sus productos y servicios, desarrolla asociación con proveedores, distribuidores, asistencia técnica y representantes de consumidores con el afán de crear una cultura de responsabilidad y transparencia en la comunicación con consumidores y clientes.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	26.1. ¿actualiza cuando es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, bulas, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) para hacer más transparente la relación y más seguro el uso de sus productos?		
	26.2. ¿llama la atención del cliente/consumidor para alteraciones en las características de sus productos o servicios (composición, calidad, plazos, peso, precio etc.)?		
	26.3. ¿tiene política formal contra propaganda que coloque a los niños, adolescentes, negros, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, apremiante, de riesgo o falta de respeto?		
	26.4. ¿realiza previo análisis de piezas publicitarias para verificar la conformidad con sus valores éticos y con la legislación de defensa del consumidor?		

Consumidores y Clientes

Informaciones Adicionales		Sí	No
26.5. ¿ha tenido, en los últimos tres años, alguna pieza de comunicación que haya sido objeto de reclamo de clientes, proveedores o concurrentes?			
Respecto a violaciones del Código de Defensa del Consumidor, la empresa:			
26.6. ¿ya ha tenido productos multados por el incumplimiento de reglamento sobre la información y rotulado?			
26.7. ¿ha sido en los últimos tres años, denunciada o punida por entidades como <i>Procon, Vigilancia Sanitaria, Instituto de Pesos e Medidas (Ipem)</i> etc?			
Respecto a violaciones del Código de Defensa del Consumidor:			
		2003	2004
26.8. cantidad de demandas administrativas (<i>Procon, Vigilancia Sanitaria, Ipem</i> etc.)			
26.9. cantidad de demandas judiciales recibidas (en lo civil y en lo criminal)			

Excelencia de la Atención

27. Respecto a su compromiso con la calidad de los servicios de atención al consumidor/cliente, la empresa:

Posee una atención básica receptiva, ampliamente divulgada, con el foco centrado en la información y en la solución de demandas individuales.	Proporciona fácil acceso del consumidor/cliente al servicio de su interés, registra y comunica internamente sus manifestaciones, resolviendo rápida e individualmente las demandas y orientándolo sobre los procedimientos adoptados.	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 perfeccionar la calidad de los productos y servicios.	Actúa en forma proactiva al establecer canales de comunicación gratis y de fácil acceso para el consumidor/cliente e incorpora sus manifestaciones y expectativas en el desarrollo de productos y servicios y en la revisión del material de comunicación.	Nunca hemos tratado este asunto antes.
ETAPA 1 <input type="checkbox"/>	ETAPA 2 <input type="checkbox"/>	ETAPA 3 <input type="checkbox"/>	ETAPA 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
				No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)

Consumidores y Clientes

Informaciones Adicionales	Sí	No	
27.1. ¿tiene la compañía un defensor del consumidor o función similar?			
27.2. ¿ofrece la compañía Servicio de Atención al Cliente (SAC) u otra forma de atención al público especializada para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios?			
27.3. ¿promueve la compañía entrenamiento continuo de sus profesionales de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor?			
27.4. ¿entrena e incentiva la compañía a su profesional de atención al público a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas?			
27.5. ¿advierte la compañía continuamente a su profesional de atención al público y áreas correlatas sobre la importancia de procedimientos éticos en la obtención, manutención y uso de las informaciones de carácter privado resultantes de la interacción con sus consumidores, clientes o usuarios?			
27.6. ¿acompaña la compañía el servicio de atención a consumidores/clientes por indicadores y tiene representación en los procesos de toma de decisión de la empresa?			
27.7. ¿al vender productos y servicios, utiliza la compañía sólo argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente?			
27.8. ¿tiene la compañía política explícita de no soborno para obtención de decisión de compra de productos o contratación de servicios?			
	2003	2004	2005
27.9. Total de llamadas recibidas por el SAC			
27.10. Porcentual de reclamos en relación al total de llamadas recibidas por el SAC			
27.11. Porcentual de reclamos no atendidas por el SAC			
27.12. Tiempo promedio de espera en el teléfono del SAC hasta el inicio de la atención (en minutos)			
27.13. Cantidad de innovaciones implementadas a raíz de la interferencia del defensor y/o del servicio de atención a consumidores/clientes			

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

28. Respecto al conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de sus productos y servicios⁴⁷, 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 aliados comerciales, adoptando medidas preventivas o correctivas con agilidad.</p>	<p>Pone a disposición informaciones detalladas y entrena al personal interno y a los aliados externos para adoptar medidas preventivas y correctivas con agilidad y eficiencia, con un compromiso de transparencia, incluso con el consumidor e integración de iniciativas en situaciones de crisis.</p>	<p>Realiza investigaciones e interactúa con proveedores y distribuidores, consumidores, concurrentes 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>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	28.1. ¿mantiene programa especial con foco en salud y seguridad del consumidor/cliente de sus productos y servicios?		
	28.2. ¿posee sistemas internos ágiles y capacita su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis?		
	28.3. ¿ha sido, en los últimos tres años, demandada por el incumplimiento de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente?		
	28.4. ¿ha tenido, en los últimos cinco años, productos retirados del mercado por presión de clientes/consumidores u órganos de defensa?		
	28.5. ¿tiene servicios/productos prohibidos en otros países y todavía comercializados en Brasil o exportados?		
	28.6. ¿posee una política formal de protección a la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario?		

Consumidores y Clientes

Informaciones Adicionales	Sí	No
28.7. ¿informa al cliente el propósito de la recolección de informaciones personales antes de hacerla?		
28.8. ¿sólo le solicita al cliente informaciones personales relevantes y nada más allá de los objetivos para los cuales declara que son necesarias?		
28.9. ¿proporciona a terceros informaciones de registro del cliente sólo mediante su autorización?		
28.10. ¿posee una política que le permite al consumidor, cliente o usuario la inclusión, alteración y exclusión de sus datos del banco de informaciones de la empresa?		
28.11. ¿posee registros de reclamo por no respetar la privacidad del cliente y los evalúa periódicamente?		

NOTES

⁴⁶ Visite el sitio de la Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon): www.procon.sp.gov.br

⁴⁷ Las empresas prestadoras de servicios tienen como fuente potencial de daños al cliente la exposición de los datos personales usados en las transacciones. Es importante considerar también ese aspecto en la autoevaluación.

Comunidad

RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL

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

ACCIÓN SOCIAL

- Financiamiento de la Acción Social
- Involucración de la Compañía con la Acción Social

Indicadores Ethos 2005

Principios del Pacto Global Correspondientes

COMUNIDAD

RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL

<i>Gerenciamiento del Impacto de la Compañía en la Comunidad de Entorno</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Relaciones con Organizaciones Locales</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ACCIÓN SOCIAL

<i>Financiamiento de la Acción Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Involucración de la Compañía con la Acción Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Comunidad

RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL

Gerenciamiento del Impacto de la Compañía en la Comunidad de Entorno

29. 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>Procura tomar medidas reparadoras en respuesta a reclamos y manifestaciones de la comunidad.</p>	<p>Conoce en profundidad sus impactos en la comunidad, posee proceso estructurado para registrar reclamos y promueve reuniones sistemáticas para informar liderazgos locales sobre providencias tomadas.</p>	<p>Posee una política formal de anticiparse a demandas de la comunidad e informarla sobre actuales y futuros planes e impactos de sus actividades, e involucra 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 monitorear sus impactos.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	29.1. ¿reconoce la comunidad en que está presente como parte interesada importante en sus procesos decisorios?		
	29.2. ¿participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y del encaminamiento de soluciones?		
	29.3. ¿contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que pueda la comunidad disfrutar (vivienda, carreteras, puentes, escuelas, hospitales, etc.)?		
	29.4. ¿tiene programa para emplear, en las respectivas actividades y en la medida practicable, el mayor número de personas del local, dándoles formación, con el objetivo de aumentar los niveles de cualificación de la comunidad en que está insertada, en cooperación con sindicatos, ONGs, representantes de la comunidad o autoridades públicas competentes?		
	29.5. ¿tiene prácticas de compras y de inversiones para perfeccionar el desarrollo socioeconómico de la comunidad en que está presente?		
	29.6. ¿conciencia y entrena a sus empleados para respetar los valores y tradiciones de la comunidad donde actúa ?		

Comunidad

Informaciones Adicionales	Sí	No
29.7. ¿posee indicadores para monitorear los impactos causados por sus actividades en la comunidad de entorno?		
En los últimos tres años, ha recibido la compañía reclamos o manifestaciones de la comunidad (petitorios, peticiones con muchas firmas, protestas) por los motivos listados a continuación:		
29.8. ¿exceso de basura, generación de mal olor, efluentes y otras formas de contaminación (sonora, visual etc)?		
29.9. ¿exceso de tráfico de vehículos, causando ruido y trastornos?		
29.10. ¿interferencia en sistemas de comunicación?		
29.11. ¿otros motivos?		

Relaciones con Organizaciones Locales⁴⁸

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

<p>Conoce superficialmente sus actividades y responde puntualmente a eventuales pedidos de apoyo.</p>	<p>Apoya a varias entidades con donaciones, financiamiento e implementación de proyectos, divulgando experiencias exitosas.</p>	<p>Participa en la elaboración e implantación de proyectos conjuntos con entidades locales, manteniendo asociaciones de largo plazo y capacitando liderazgos involucrados.</p>	<p>Actúa en asociación con entidades locales buscando influenciar políticas públicas, estableciendo alianzas y participando en diversas redes para maximizar su contribución con el desarrollo local.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>

Comunidad

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
ACCIÓN SOCIAL	30.1. ¿hace un levantamiento de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad?		
	30.2. ¿realiza en la comunidad, en conjunto con organizaciones locales, campañas educativas y/o de interés público?		

Financiamiento de la Acción Social

31. El financiamiento de la acción social de la compañía está basado en:

Fondo variable, administrado arbitrariamente por director o gerente, en respuesta a solicitudes externas.	Fondos definidos en presupuesto anual, administrados con transparencia por comité o grupo de trabajo, conforme criterios preestablecidos.	Programa social estructurado o inversión social privada ⁴⁹ , administrada por equipo especializado, con dotación presupuestaria estable y con público, metas y estrategias definidos.	Programa social estructurado o inversión social privada que cuenta con mecanismo propio para la generación de ingresos, estando asegurada su continuidad a largo plazo (fondo patrimonial y/o porcentual fijo sobre la facturación de la empresa).	Nunca hemos tratado este asunto antes. No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)
ETAPA 1 <input type="checkbox"/>	ETAPA 2 <input type="checkbox"/>	ETAPA 3 <input type="checkbox"/>	ETAPA 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	31.1. ¿ incluye la acción social y sus responsables en el proceso general de planificación estratégica?		
	31.2. ¿posee mecanismos para estimular proveedores, accionistas y otras partes interesadas a hacer donaciones financieras?		
	31.3. ¿utiliza especialistas en el ciclo de planificación, monitoreo y evaluación de su acción social?		
	31.4. ¿planea su acción social con vistas a maximizar su impacto a largo plazo?		

Comunidad

Informaciones Adicionales	Sí	No
31.5. ¿optimiza el impacto de su acción social impulsando recursos de otras compañías u organizaciones privadas y/o la participación de órganos públicos?		
31.6. ¿tiene procedimiento de consulta periódica a los beneficiarios de su acción social, monitoreándola por medio de indicadores de desempeño?		

Involucración de la Compañía con la Acción Social⁵⁰

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

Hace donaciones de productos y recursos financieros, cede instalaciones, moviliza el trabajo voluntario de sus empleados y/o desarrolla proyectos sociales propios.	Además de donaciones y/o proyectos sociales corporativos, cede horas de sus empleados o equipos para actividades ligadas a esos proyectos.	Además de apoyo material, posee proyecto estructurado por el cual cede sus competencias técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales (corporativos o realizados por terceros).	Además de apoyo material y aporte de competencias, involucra a las organizaciones o liderazgos locales en el diseño y en la implementación de los proyectos sociales, e intercede ante otros organismos, públicos o privados, por la concreción de esos proyectos.	Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/>
ETAPA 1 <input type="checkbox"/>	ETAPA 2 <input type="checkbox"/>	ETAPA 3 <input type="checkbox"/>	ETAPA 4 <input type="checkbox"/>	No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.) <input type="checkbox"/>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	32.1. ¿utiliza los incentivos fiscales de deducción o descuento de donaciones y patrocinios?		
	32.2. ¿divulga internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y estimulando la participación de los empleados?		
	32.3. ¿autoriza el uso controlado de horas pagadas para el trabajo voluntario?		

Comunidad

Informaciones Adicionales

Respecto a la gobernanza de la acción social, la empresa:

32.4. ¿posee un consejo o comité mixto, con miembros de distintas áreas de la empresa, o del grupo empresarial, incluyendo a miembros de la sociedad acreditados para tratar del área temática en que actúa?

32.5. porcentual de la facturación bruta destinada a la acción social (no incluya obligaciones legales, tampoco tributos o prestaciones vinculados a la condición de empleado de la empresa)

32.6. porcentual correspondiente a donaciones en productos y servicios, del total destinado a la acción social

32.7. porcentual correspondiente a donaciones en especie, del total destinado a la acción social

32.8. porcentual correspondiente a inversiones en proyecto social propio, del total destinado a la acción social

32.9. porcentual de empleados que realizan trabajo voluntario en la comunidad externa a la compañía

32.10. cantidad de promedio de horas mensuales donadas (liberadas del horario laboral) por la compañía para trabajo voluntario de empleados

2003

2004

2005

NOTES

⁴⁸ Véanse los siguientes manuales del Instituto Ethos: O Que as Empresas Podem Fazer pela Erradicação da Pobreza, Segurança Alimentar e Nutricional: a Contribuição das Empresas para a Sustentabilidade das Iniciativas Locais, Segurança Alimentar: a Contribuição das Entidades Empresariais, O Que As Empresas Podem Fazer Pela Inclusão Digital y Como as Empresas Podem Apoiar e Participar do Combate à Fome. Todos están disponibles para download gratis en el sitio www.ethos.org.br

⁴⁹ La inversión social privada es el traspaso voluntario de recursos privados, en forma planeada, monitoreada y sistemática, para proyectos sociales, ambientales y culturales de interés público. (Más informaciones en el sitio www.gife.org.br).

⁵⁰ Véanse los manuales del Instituto Ethos: Como as Empresas Podem Implementar Programas de Voluntariado y Como as Empresas Podem Participar de Programas de Segurança Alimentar com a Mobilização dos Funcionários, disponibles para download gratis en el sitio www.ethos.org.br

Gobierno y Sociedad

TRANSPARENCIA POLÍTICA

- Contribuciones para Campañas Políticas
- Construcción de la Ciudadanía por las Empresas
- Prácticas Anticorrupción y Coima

LIDERAZGO SOCIAL

- Liderazgo e Influencia Social
- Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

Indicadores Ethos 2005

Principios del Pacto Global Correspondientes

GOBIERNO Y SOCIEDAD

TRANSPARENCIA POLÍTICA

<i>Contribuciones para Campañas Políticas</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<i>Construcción de la Ciudadanía por las Compañías</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<i>Prácticas Anticorrupción y Coima</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

LIDERAZGO SOCIAL

<i>Liderazgo e Influencia Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<i>Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

Gobierno y Sociedad

TRANSPARENCIA POLÍTICA

Contribuciones para Campañas Políticas⁵¹

33. Con relación al financiamiento de candidatos a cargos públicos y de partidos políticos, la empresa:

<p>Cuando financia a un candidato, lo hace limitando la decisión a los miembros de la alta directiva, dentro de los parámetros establecidos por la legislación.</p>	<p>Cuando financia a un candidato, se fundamenta en reglas y criterios definidos internamente, permitiendo al público interno el acceso a las informaciones sobre la decisión tomada.</p>	<p>La decisión de financiamiento o no financiamiento se toma de forma transparente, permitiendo el acceso de las partes interesadas a las informaciones y requiriendo del financiado la respectiva comprobación y registro de la donación.</p>	<p>Además de lo descrito en la etapa anterior, promueve campañas de concienciación política, ciudadanía e importancia del voto, involucrando a todos los empleados y otras partes interesadas.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <hr/> <p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informaciones Adicionales		Sí	No
	33.1 ¿en los últimos cinco años, la compañía fue mencionada negativamente en la prensa por contribuir financieramente para campaña política?		
	33.2. ¿tiene la compañía norma explícita de no utilización del poder económico para influenciar contribuciones de otras compañías, proveedores, distribuidores y otros aliados?		

Construcción de la Ciudadanía por las Compañías

34. Respecto a su papel en la construcción de la ciudadanía, la empresa:

<p>Desarrolla actividades eventuales, cuyo foco se centra en la educación para la ciudadanía, principalmente durante el período electoral.</p>	<p>Desarrolla periódicamente actividades de educación para la ciudadanía y permite la libre discusión e intercambio de informaciones sobre temas políticos.</p>	<p>Además de eso, invita a candidatos a cargos públicos para debate con sus funcionarios y establece alianzas con ONGs que trabajan con el tema.</p>	<p>Asume el papel de formar ciudadanos y desarrolla programas de educación para la ciudadanía también en la comunidad de entorno y tiene papel de liderazgo en la discusión de temas como participación popular y combate a la corrupción en su municipio.</p>	<p>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>

Informaciones Adicionales:	Sí	No
34.1. ¿Estimula la compañía a sus empleados para que ejerzan evaluación y control de la actuación de los candidatos electos?		

Prácticas Anticorrupción y Coima

35. Respecto a autoridades, agentes y fiscales del poder público, en todos los niveles , la empresa:

<p>Procura evitar situaciones que involucren favorecimiento a agentes del poder público, pero no tiene procedimientos formales o divulgados de control y punición.</p>	<p>Mantiene postura reconocida por el público interno sobre la prohibición de favorecimiento directo o indirecto de agentes del poder público.</p>	<p>Posee normas escritas sobre el tema, las cuales divulga ampliamente al público interno y externo (representantes del poder público con los cuales se relaciona), y mantiene procedimientos formales de control, punición y auditoría.</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>Nunca hemos tratado este asunto antes.</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>	<p>No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>

Gobierno y Sociedad

Informaciones Adicionales	La empresa:	Sí	No
LIDERAZGO SOCIAL	35.1. ¿ha tenido su nombre mencionado en la prensa en los últimos cinco años bajo sospecha de haber participado en incidente de ofrecimiento de coima o la práctica de corrupción de agentes públicos?		
	35.2. ¿prevé medidas punitivas a los colaboradores y empleados involucrados en favorecimiento a agentes del poder público?		
	35.3. ¿posee política explícita de no apoyo y participación en procesos que objetivan la manipulación de edictos de licitación (públicos o privados)?		

Liderazgo e Influencia Social

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

Participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados a la defensa y promoción de los intereses específicos de su ramo o sector de negocio.	Participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados a cuestiones de interés público y de responsabilidad social.	Participa activamente, contribuyendo con recursos humanos o financieros, en procesos de elaboración de propuestas de interés público y de carácter social.	Tiene miembros de su alta directiva involucrados en la articulación, viabilización y fortalecimiento de propuestas de carácter social y en diálogo con autoridades públicas para su adopción.	Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/>
ETAPA 1 <input type="checkbox"/>	ETAPA 2 <input type="checkbox"/>	ETAPA 3 <input type="checkbox"/>	ETAPA 4 <input type="checkbox"/>	No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.) <input type="checkbox"/>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	36.1. ¿patrocina o realiza campañas de medios exclusivamente relacionadas a cuestiones de interés público?		
	36.2. ¿ interactúa activamente con instituciones de enseñanza de todos los niveles para la elaboración de propuestas para mejoría de la cualificación de la mano de obra del sector en que actúa ?		
	36.3. ¿estimula y patrocina proyectos de desarrollo de investigación y tecnología, interactuando activamente con la comunidad académica y científica?		

Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

37. En su involucración con las actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales, la empresa:

Contribuye tan sólo con el pago de impuestos.	Contribuye ocasionalmente con el poder público en la realización de eventos y actividades puntuales y/o apoya financieramente a programas y proyectos del poder público, en respuesta a solicitudes de las autoridades.	Contribuye regularmente con recursos humanos, técnicos o financieros para la realización de proyectos específicos y localizados, ejecutados por entidades gubernamentales.	Participa activamente en la elaboración, perfeccionamiento, ejecución, control y evaluación de políticas públicas de interés general.	Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)
ETAPA 1 <input type="checkbox"/>	ETAPA 2 <input type="checkbox"/>	ETAPA 3 <input type="checkbox"/>	ETAPA 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informaciones Adicionales	La compañía:	Sí	No
	37.1. ¿adopta o desarrolla alianza con organismos públicos con los objetivos de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, la salud y/o la infraestructura, erradicar el trabajo infantil y/o el trabajo forzado, incentivar la generación de renta y/o de empleo, promover seguridad alimentaria etc.?		
	37.2. ¿patrocina programa público o privado de beca escolar?		
	37.3. ¿articula y coordina asociaciones en los programas en los cuales participa?		

NOTES

⁵¹ Véase el manual del Instituto Ethos A Responsabilidade Social das Empresas no Processo Eleitoral, Versión 2004, disponible para download gratis en el sitio www.ethos.org.br.

Gabarito

Valores, Transparencia y Gobernanza

1. Compromisos Éticos

		S	N	S	N
		1.1	<input type="checkbox"/>	1.5	<input type="checkbox"/>
		1.2	<input type="checkbox"/>	1.6	<input type="checkbox"/>
		1.3	<input type="checkbox"/>	1.7	<input type="checkbox"/>
		1.4	<input type="checkbox"/>	1.8	<input type="checkbox"/>

2. Arraigo en la Cultura Organizativa

		S	N	S	N
		2.1	<input type="checkbox"/>	2.4	<input type="checkbox"/>
		2.2	<input type="checkbox"/>	2.5	<input type="checkbox"/>
		2.3	<input type="checkbox"/>		

3. Gobernanza Corporativa

		S	N	S	N
		3.2	<input type="checkbox"/>	3.5	<input type="checkbox"/>
		3.3	<input type="checkbox"/>	3.6	<input type="checkbox"/>
		3.4	<input type="checkbox"/>	3.7	<input type="checkbox"/>
S	N	3.1	<input type="checkbox"/>		

4. Diálogo con las Partes Interesadas (Stakeholders)

		S	N	S	N
		4.1	<input type="checkbox"/>	4.4	<input type="checkbox"/>
		4.2	<input type="checkbox"/>	4.5	<input type="checkbox"/>
		4.3	<input type="checkbox"/>		

5. Relaciones con la Competencia

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

6. Balance Social

		S	N	S	N
		6.3	<input type="checkbox"/>	6.9	<input type="checkbox"/>
		6.4	<input type="checkbox"/>	6.10	<input type="checkbox"/>
		6.5	<input type="checkbox"/>	6.11	<input type="checkbox"/>
		6.6	<input type="checkbox"/>	6.12	<input type="checkbox"/>
S	N	6.1	<input type="checkbox"/>	6.13	<input type="checkbox"/>
S	N	6.2	<input type="checkbox"/>	6.14	<input type="checkbox"/>
		2003	2004	2005	
6.15					

Público Interno

7. Relaciones con Sindicatos

		S	N	S	N
		7.1	<input type="checkbox"/>	7.4	<input type="checkbox"/>
		7.2	<input type="checkbox"/>	7.5	<input type="checkbox"/>
		7.3	<input type="checkbox"/>		

8. Gestión Participativa

		S	N	S	N
		8.1	<input type="checkbox"/>	8.3	<input type="checkbox"/>
		8.2	<input type="checkbox"/>		

9. Compromiso con el Futuro de los Niños

		S	N	S	N
		9.1	<input type="checkbox"/>	9.4	<input type="checkbox"/>
		9.2	<input type="checkbox"/>	9.5	<input type="checkbox"/>
		9.3	<input type="checkbox"/>		
		2003	2004	2005	
9.6					

10. Valoración de la Diversidad

		S	N	S	N
		10.3	<input type="checkbox"/>	10.8	<input type="checkbox"/>
		10.4	<input type="checkbox"/>	10.9	<input type="checkbox"/>
		10.5	<input type="checkbox"/>	10.10	<input type="checkbox"/>
		10.6	<input type="checkbox"/>	10.11	<input type="checkbox"/>
		10.7	<input type="checkbox"/>	10.12	<input type="checkbox"/>
S	N	10.1	<input type="checkbox"/>		
S	N	10.2	<input type="checkbox"/>		
		2003	2004	2005	
10.13					
10.14					
10.15					
10.16					
10.17					
10.18					
10.19					
10.20					
10.21					
10.22					

11. Relaciones con Trabajadores Tercerizados

		S	N	S	N
		11.1	<input type="checkbox"/>	11.3	<input type="checkbox"/>
		11.2	<input type="checkbox"/>		
		2003	2004	2005	
11.4					

12. Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera

		S	N	S	N
		12.3	<input type="checkbox"/>	12.8	<input type="checkbox"/>
		12.4	<input type="checkbox"/>	12.9	<input type="checkbox"/>
		12.5	<input type="checkbox"/>	12.10	<input type="checkbox"/>
		12.6	<input type="checkbox"/>	12.11	<input type="checkbox"/>
		12.7	<input type="checkbox"/>	12.12	<input type="checkbox"/>
S	N	12.1	<input type="checkbox"/>		
S	N	12.2	<input type="checkbox"/>		
		2003	2004	2005	
12.13					
12.14					
12.15					
12.16					
12.17					
12.18					

13. Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo

		S	N	S	N
		13.3	<input type="checkbox"/>	13.8	<input type="checkbox"/>
		13.4	<input type="checkbox"/>	13.9	<input type="checkbox"/>
		13.5	<input type="checkbox"/>	13.10	<input type="checkbox"/>
		13.6	<input type="checkbox"/>	13.11	<input type="checkbox"/>
		13.7	<input type="checkbox"/>		
		2003	2004	2005	
13.12					
13.13					
13.14					
13.15					
13.16					

14. Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad

		S	N	S	N
		14.1	<input type="checkbox"/>	14.4	<input type="checkbox"/>
		14.2	<input type="checkbox"/>	14.5	<input type="checkbox"/>
		14.3	<input type="checkbox"/>		
		2003	2004	2005	
14.6					
14.7					
14.8					

15. Conducta Frente a Despidos

		S	N	S	N
		15.1	<input type="checkbox"/>	15.5	<input type="checkbox"/>
		15.2	<input type="checkbox"/>	15.6	<input type="checkbox"/>
		15.3	<input type="checkbox"/>	15.7	<input type="checkbox"/>
		15.4	<input type="checkbox"/>		
		2003	2004	2005	
15.8					
15.9					
15.10					
15.11					
15.12					

16. Preparación para la Jubilación

		S	N	S	N
		16.1	<input type="checkbox"/>	16.3	<input type="checkbox"/>
		16.2	<input type="checkbox"/>	16.4	<input type="checkbox"/>
		2003	2004	2005	
16.5					
16.6					

Medio Ambiente

17. Comprometimiento de la Compañía con la Mejoría de la Calidad Ambiental

		S	N	S	N
		17.1	<input type="checkbox"/>	17.4	<input type="checkbox"/>
		17.2	<input type="checkbox"/>	17.5	<input type="checkbox"/>
		17.3	<input type="checkbox"/>	17.6	<input type="checkbox"/>

Gabarito

18. Educación y Concienciación Ambiental

	S	N	S	N
	18.1	<input type="checkbox"/>	18.2	<input type="checkbox"/>

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

	S	N	S	N
	19.1	<input type="checkbox"/>	19.4	<input type="checkbox"/>
	19.2	<input type="checkbox"/>	19.5	<input type="checkbox"/>
	19.3	<input type="checkbox"/>	19.6	<input type="checkbox"/>
2003	2004	2005		
19.7				
19.8				
19.9				

20. Sustentabilidad de la Economía Forestal

	S	N	S	N
	20.1	<input type="checkbox"/>	20.3	<input type="checkbox"/>
	20.2	<input type="checkbox"/>		
2003	2004	2005		
20.4				
20.5				

21. Minimización de Entradas y Salidas de Materiales

	S	N	S	N
	21.1	<input type="checkbox"/>	21.4	<input type="checkbox"/>
	21.2	<input type="checkbox"/>	21.5	<input type="checkbox"/>
	21.3	<input type="checkbox"/>	21.6	<input type="checkbox"/>
2003	2004	2005		
21.7				
21.8				
21.9				
21.10				
21.11				
21.12				
21.13				
21.14				
21.15				

Proveedores

22. Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

	S	N	S	N
	22.1	<input type="checkbox"/>	22.5	<input type="checkbox"/>
	22.2	<input type="checkbox"/>	22.6	<input type="checkbox"/>
	22.3	<input type="checkbox"/>	22.7	<input type="checkbox"/>
	22.4	<input type="checkbox"/>	22.8	<input type="checkbox"/>
2003	2004	2005		
22.9				
22.10				

23. Trabajo Infantil en la Cadena Productiva

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

24. Trabajo Forzado (o análogo al esclavo) en la Cadena Productiva

	S	N
	24.1	<input type="checkbox"/>
2003	2004	2005
24.2		

25. Apoyo al Desarrollo de Proveedores

	S	N	S	N
	25.2	<input type="checkbox"/>	25.5	<input type="checkbox"/>
	25.3	<input type="checkbox"/>	25.6	<input type="checkbox"/>
	25.4	<input type="checkbox"/>	25.7	<input type="checkbox"/>
2003	2004	2005		
25.1				

Consumidores y Clientes

26. Política de Comunicación Comercial

	S	N	S	N
	26.2	<input type="checkbox"/>	26.5	<input type="checkbox"/>
	26.3	<input type="checkbox"/>	26.6	<input type="checkbox"/>
	26.4	<input type="checkbox"/>	26.7	<input type="checkbox"/>
2003	2004	2005		
26.1				
26.8				
26.9				

27. Excelencia de la Atención

	S	N	S	N
	27.1	<input type="checkbox"/>	27.5	<input type="checkbox"/>
	27.2	<input type="checkbox"/>	27.6	<input type="checkbox"/>
	27.3	<input type="checkbox"/>	27.7	<input type="checkbox"/>
	27.4	<input type="checkbox"/>	27.8	<input type="checkbox"/>
2003	2004	2005		
27.9				
27.10				
27.11				
27.12				
27.13				

28. Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de Productos y Servicios

	S	N	S	N
	28.3	<input type="checkbox"/>	28.8	<input type="checkbox"/>
	28.4	<input type="checkbox"/>	28.9	<input type="checkbox"/>
	28.5	<input type="checkbox"/>	28.10	<input type="checkbox"/>
	28.6	<input type="checkbox"/>	28.11	<input type="checkbox"/>
	28.7	<input type="checkbox"/>		
2003	2004	2005		
28.1				
28.2				

Comunidad

29. Gerenciamiento del Impacto de la Compañía en la Comunidad de Entorno

	S	N	S	N
	29.3	<input type="checkbox"/>	29.8	<input type="checkbox"/>
	29.4	<input type="checkbox"/>	29.9	<input type="checkbox"/>
	29.5	<input type="checkbox"/>	29.10	<input type="checkbox"/>
	29.6	<input type="checkbox"/>	29.11	<input type="checkbox"/>
	29.7	<input type="checkbox"/>		
2003	2004	2005		
29.1				
29.2				

30. Relaciones con Organizaciones Locales

	S	N	S	N
	30.1	<input type="checkbox"/>	30.2	<input type="checkbox"/>

31. Financiamiento de la Acción Social

	S	N	S	N
	31.1	<input type="checkbox"/>	31.4	<input type="checkbox"/>
	31.2	<input type="checkbox"/>	31.5	<input type="checkbox"/>
	31.3	<input type="checkbox"/>	31.6	<input type="checkbox"/>

32. Involucración de la Compañía con la Acción Social

	S	N	S	N
	32.1	<input type="checkbox"/>	32.3	<input type="checkbox"/>
	32.2	<input type="checkbox"/>	32.4	<input type="checkbox"/>
2003	2004	2005		
32.5				
32.6				
32.7				
32.8				
32.9				
32.10				
32.11				

Gobierno y Sociedad

33. Contribuciones para Campañas Políticas

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

34. Construcción de la Ciudadanía por las Empresas

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

35. Prácticas Anticorrupción y Coima

	S	N	S	N
	35.1	<input type="checkbox"/>	35.3	<input type="checkbox"/>
	35.2	<input type="checkbox"/>		

36. Liderazgo e Influencia Social

	S	N	S	N
	36.1	<input type="checkbox"/>	36.3	<input type="checkbox"/>
	36.2	<input type="checkbox"/>		

37. Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

	S	N	S	N
	37.1	<input type="checkbox"/>	37.3	<input type="checkbox"/>
	37.2	<input type="checkbox"/>		

Espacio reservado para sugerencias y comentarios sobre los indicadores en cada tema:

MEDIO AMBIENTE

PROVEEDORES

