

INDICADORES ETHOS



DE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL
EMPRESARIAL

VERSIÓN 2001

INDICADORES ETHOS

de responsabilidad social empresarial

VERSIÓN 2001

Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial

Realización

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

Pesquisa y Desarrollo

Consultores José Edson Bacellar Jr. y Paulo Knörich, Fundación Don Cabral, Pact y Equipo del Instituto Ethos

Revisión - Versión 2001

Vivian Paes Barretto Smith, Coordinadora y Adele Queiroz, Consultora

Agradecimientos

Ana Maria C. Esteves, Armand Pereira, Beatriz Cunha, Claudio Bruzzi Boechat, Daniel de Bonis , Jaime Mezzera, Joe Sellwood, Luzia Monteiro Longo, Marcia Prates, Paulo Durval Branco, Rubens Naves y Sérgio A.P. Esteves.

Equipo del Instituto Ethos - Versión 2001

Aline Eltz, Cristina Murachco, Fernando Pachi, Juliana Raposo, Leno F. Silva, Marcelo Linguitte, Sione Kubric, Valdemar de Oliveira Neto y Vivian Paes Barretto Smith

Patrocinio

Banco Real AmroBank, Grupo José Pessoa, Hewlett Packard Company, JP Morgan, Libra Terminais, McDonald's, Natura Cosméticos y Shell

Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial, versión 2001, es una publicación del Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, distribuidas gratuitamente a sus asociados

Todos los derechos reservados.

La reproducción es permitida, con la autorización previa por escrito del Instituto Ethos

Junio / 2001

Tiraje: 10.000 ejemplares

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

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

05414-020 - São Paulo - SP

Tel./Fax. (11) 3068.8539

E-mail: indicadores@ethos.org.br

Visite nuestro sitio: www.ethos.org.br

SUMARIO

Gestión de la Responsabilidad Social	7
Resultados Indicadores Ethos - Versión 2000	
Perfil de las Empresas Participantes	8
Perfil del Grupo de Benchmark	9
Indicadores Ethos - Versión 2001	
Innovaciones Versión 2001	11
Estructura del Cuestionario	11
Metodología de Evaluación	12
Instrucciones para Llenar el Cuestionario	12
Cuestionario	13
Plantilla	41
Espacio Reservado para Sugerencias y Comentarios	43
Sugerencia para Llenar el Cuestionario	
1. Cuadro de Seguimiento	45
2. Banco de Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	46

ÍNDICE DEL CUESTIONARIO

Valores y Transparencia	Auto-Regulación de la Conducta	Compromisos Éticos 13 Enraizamiento en la Cultura Organizacional 13
	Relaciones Transparentes con la Sociedad	Diálogo con Partes Interesadas (stakeholders) 14 Relaciones con la Competencia 14 Balance Social 15
	Público Interno	Diálogo y Participación 16 Relaciones con los Sindicatos 16 Gestión Participativa 16 Participación en los Resultados y Bonificación 17
	Respeto al Individuo	Compromiso con el Futuro de los Niños 17 Valoración de la Diversidad 18
	Respeto al Trabajador	Comportamiento Frente a las Dimisiones 19 Compromiso con el Desarrollo Profesional y Empleabilidad 20 Cuidado con la Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo 20 Preparación para la Jubilación 21
Medio Ambiente	Administración del Impacto Ambiental	Conocimiento sobre el Impacto en el Medio Ambiente 23 Minimización de Entradas y Salidas de Materiales en la Empresa 24 Responsabilidad sobre el Ciclo de Vida de los Productos y Servicios 24
	Responsabilidad Frente a las Generaciones Futuras	Comprometimiento de la Empresa con la Causa Ambiental 25 Educación Ambiental 26

ÍNDICE DEL CUESTIONARIO

Proveedores	Selección y Convenio con Proveedores	Criterios de Selección de Proveedores 27
		Trabajo Infantil en la Cadena Productiva 27
		Relaciones con Trabajadores Tercerizados 28
		Apoyo al Desarrollo de Proveedores 28
Consumidores/ Clientes	Dimensión Social del Consumo	Política de Marketing y Comunicación 29
		Excelencia del Atención 30
		Conocimiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios 31
Comunidad	Relaciones con la Comunidad Local	Administración del Impacto de la Empresa con relación a la Comunidad 32
		Relaciones con Organizaciones Actuantes en la Comunidad 33
	Filantropía/Inversiones Sociales	Mecanismos de Apoyo a Proyectos Sociales 33
		Estrategias de Actuación en el Área Social 34
		Mobilización de Recursos para la Inversión Social 34
	Trabajo Voluntario	Reconocimiento y Apoyo al Trabajo Voluntario de los Empleados 35
Gobierno y Sociedad	Transparencia Política	Contribuciones para Campañas Políticas 37
		Prácticas Anti-Corrupción y Soborno 37
	Liderazgo Social	Liderazgo e Influencia Social 38
		Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales 39

Gestión de la Responsabilidad Social

Cada vez más las empresas perciben que la responsabilidad social es un tema que no está restringido solamente a las acciones sociales desarrolladas por la organización en la comunidad. Implica también en las prácticas de diálogo e interacción con los diversos públicos de la empresa tales como colaboradores, consumidores y clientes, proveedores, medio ambiente, gobierno y sociedad.

Para que la empresa trabaje el tema de la responsabilidad social en una perspectiva sistémica y amplia, es necesario que este tema sea incorporado en los procesos de gestión y, por lo tanto, sea tratado como parte de las estrategias de negocio y del sistema de planeamiento. Además, es importante utilizar instrumentos adecuados de asistencia y supervisión de las prácticas de responsabilidad social.

En ese sentido, el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social está lanzando la segunda versión de los **Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial** - la versión 2001, una herramienta para ayudar la gestión de las actividades de responsabilidad social en las empresas. Se espera que la aplicación de los Indicadores pueda contribuir para ampliar la producción de conocimientos e informaciones sobre el tema.

La experiencia obtenida con la aplicación de los Indicadores Ethos - Versión 2000, ha demostrado que esa herramienta de diagnóstico ofrece a las empresas elementos valiosos para sus procesos de planeamiento y gestión. Fue basado en esa experiencia de aplicación que el cuestionario inicial se revisó, conforme ya estaba previsto desde su concepción. La propuesta de una revisión anual es permitir que los Indicadores sean siempre un instrumento actualizado de evaluación y planeamiento, sintonizado, por lo tanto, con las cuestiones de mayor relevancia para la responsabilidad social empresarial en el país y en el mundo. El proceso de revisión ha tenido como base los comentarios y sugerencias de las empresas participantes, y para las cuestiones más específicas se contó con la colaboración de profesionales de la Fundación Abrinq Por los Derechos del Niño y de la Organización Internacional del Trabajo. Las grandes directrices de la revisión fueron el perfeccionamiento de los conceptos y del lenguaje del cuestionario, la inclusión de nuevos indicadores y la alineación de los indicadores cuantitativos con la **Guía de Elaboración del Informe y Balance de Responsabilidad Social Empresarial**, un nuevo instrumento lanzado por el Instituto Ethos.

El conocimiento de las prácticas de responsabilidad social que la aplicación de los indicadores proporciona, contribuye para que las empresas perciban su valor como inversión y reconozcan el impacto positivo que esas prácticas traen para su desempeño, imagen y situación de sostenibilidad.

Resultados Indicadores Ethos - Versión 2000

A partir del lanzamiento de los **Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial - Versión 2000**, varias empresas han participado espontáneamente de la aplicación del cuestionario, rellenando y enviando voluntariamente sus respuestas. Hasta el final del mes de abril de 2001, fueron recibidos y tabulados por Instituto Ethos 71 cuestionarios. Respetando la confidencialidad de los datos de cada empresa, se hicieron informes personalizados de análisis de resultados, incluyendo la comparación de la posición de la empresa con relación a un grupo de benchmark.

El desempeño de las empresas participantes ha sido cuantificado de acuerdo con las respuestas dadas en el cuestionario. Para cada uno de los 35 indicadores, las empresas recibieron una nota, compuesta por la respuesta del indicador de profundidad y las informaciones adicionales. Las notas fueron calculadas basadas en un sistema de puntuación en el cual todos los 7 temas tienen un número equivalente de puntos.

Perfil de las Empresas Participantes

Las empresas que respondieron a los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial en 2000 son, en su mayoría, empresas privadas nacionales de gran porte, ubicadas en la región sudeste del país. Pertenecen a diferentes sectores de la economía, como el sector energético, financiero, químico y petroquímico, entre otros. Alrededor del 58% de las empresas participantes están asociadas al Instituto Ethos, y 9 de estas empresas pertenecen al grupo de benchmark.

De entre a las empresas que han respondido a los Indicadores, el 70,3% son clasificadas como de gran porte (más de 500 empleados). Con menor representatividad, las medianas, pequeñas y micro empresas no se alejan expresivamente de la colocación de las grandes empresas (notas medias por temas). El desempeño de las empresas de grande porte se destaca significativamente en el tema medio ambiente.

Tema	gran empresa	Mediana Empresa	Pequeña empresa	micro empresa
valores y transparencia	5,98	5,57	5,33	4,83
público interno	5,78	4,98	4,44	3,88
medio ambiente	4,19	2,57	2,66	0,67
proveedores	5,67	5,41	4,72	3,61
consumidores	7,73	6,42	5,00	6,66
comunidad	5,95	5,06	5,55	5,27
gobierno y sociedad	5,92	4,73	4,79	5,83

Perfil del Grupo de Benchmark

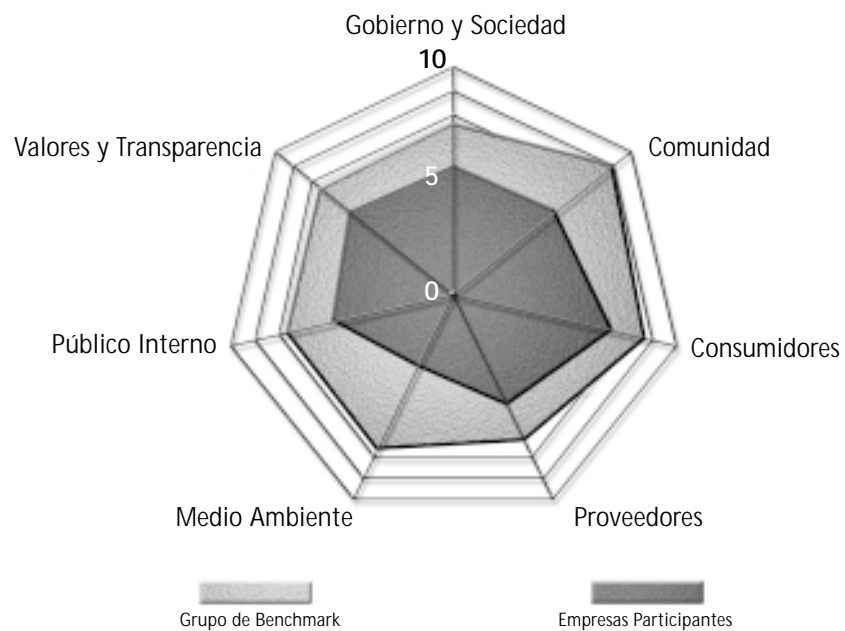
El criterio de definición de las empresas que componen actualmente el grupo de benchmark de los **Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial** está en su actuación final. Las empresas que sacaron las diez mayores notas constituyen ese grupo de referencia. En su mayoría son empresas privadas nacionales de gran magnitud, ubicadas en la región sudeste del país, y están distribuidas en diversos sectores de la economía.



El desempeño medio de estas empresas por tema ha sido significativamente alto, observándose que las notas medias varían de 7,28 en el tema Proveedores (nota media más baja) hasta 8,92 en el tema Comunidad (nota media más alta).

El tema en el cual las empresas participantes en el 2000 tienen el peor desempeño es el Medio Ambiente (nota media 3,56) y el mejor es Consumidores (nota media 7,06). En los demás temas todas sacaron notas medias alrededor de 5 puntos. El grupo de benchmark tiene notas considerablemente mayores en todos los temas, y en relación al tema Medio Ambiente hay una diferencia bastante expresiva, nota 7,58. Otra diferencia marcante ocurre en relación al tema Comunidad, en el cual la nota media del grupo de benchmark es mucho mayor que la de todo el banco de datos (8,92 contra 5,73). Por ello, es posible indicar que a pesar de que el desempeño general en este tema no sea alto, hay algunas empresas con prácticas avanzadas en lo que se refiere a sus relaciones con la Comunidad.

Resultados Indicadores Ethos - Versión 2000



	Grupo de Benchmark	Empresas Participantes
Valores y Transparencia	7,4	5,77
Público Interno	7,36	5,39
Medio Ambiente	7,58	3,56
Proveedores	7,28	5,37
Consumidores	8,72	7,06
Comunidad	8,92	5,73
Gobierno y Sociedad	7,5	5,61

Indicadores Ethos - Versión 2001

Innovaciones

La versión 2001 de los **Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial** cuenta con un área exclusiva en el sitio del Instituto Ethos (www.ethos.org.br), en el cual es posible registrar su empresa y responder el cuestionario. Así, las empresas podrán enviar sus respuestas vía internet para que el Instituto Ethos haga la tabulación de los datos y provea los respectivos informes con resultados, manteniendo el compromiso de confidencialidad.

Un glosario conceptual también está disponible en esta página electrónica, con el objetivo de aclarar los términos más relevantes para la comprensión de las cuestiones presentadas en cada indicador y, de esta manera, facilitar el llenado del cuestionario.

Estructura del Cuestionario

El cuestionario de evaluación de la empresa está dividido en siete grandes temas: 1) Valores y Transparencia 2) Público Interno 3) Medio Ambiente 4) Proveedores 5) Consumidores/Clientes 6) Comunidad 7) Gobierno y Sociedad.

Esos temas son evaluados por medio de dos grupos de indicadores. El primero, compuesto de una barra de cuatro cuadros contiguos, corresponde a la evaluación de la etapa actual de la responsabilidad social de la empresa, siendo que el cuadro más a la derecha corresponde a la postura más deseada. Este método permite de manera fácil que la empresa se ubique en la escala, identificando su posición en relación a las etapas más frecuentemente encontradas en el mercado. La misma escala sirve como parámetro de los pasos subsecuentes, permitiendo que la empresa planifique cómo alcanzar un grado más elevado de responsabilidad social.

El segundo grupo de indicadores, compuesto de respuestas binarias (sí/no) y de valores numéricos, contiene elementos de validación y detalles de la etapa de responsabilidad social identificado por la empresa. La importancia de este segundo grupo de informaciones consiste en el montaje de un banco de datos que permitirá, en el futuro, la realización de comparaciones históricas y la distinción de las mejores prácticas adoptadas.

La estructura de esos dos conjuntos es dinámica, variando de acuerdo con los paradigmas contemporáneos de responsabilidad social. En este sentido, el Instituto Ethos busca adecuar continuamente el modelo de evaluación a la realidad objetiva de las empresas y a las expectativas de la sociedad, a través de las revisiones anuales del cuestionario.

Metodología de evaluación

La evaluación del nivel de responsabilidad social por empresa es consolidada por el Instituto Ethos, según metodología propia. Los resultados finales están basados en un sistema de puntuación de los diferentes indicadores y temas, que permite considerar:

- La importancia y la profundidad de cada indicador, llevándose en cuenta su actualidad e impacto en la sociedad;
- Sectores en los que ciertos indicadores no tienen relevancia;
- Sectores donde algunos temas poseen menor peso relativo frente a los demás.

El Instituto Ethos asegura un tratamiento estrictamente confidencial de los datos por empresa. En la presentación estadística de las informaciones, las empresas no son identificadas. Una eventual divulgación de experiencias y prácticas ejemplares es realizada solamente por medio de una previa consulta y autorización.

Instrucciones para llenar el cuestionario

Cada cuestionario debe corresponder a una unidad de negocios. Su llenado comprende la participación de varias áreas de la empresa debido a la amplitud de los temas. Es aconsejable que la empresa indique un coordinador que facilite la sistematización de las informaciones y el diálogo interno. También es importante que la alta dirección de la empresa acompañe el proceso y endose los resultados.

El llenado deberá ser hecho de la siguiente manera:

Barra de indicadores de responsabilidad social empresarial: Solamente uno de los cuatro cuadros deberá ser escogido, debiéndose optar por aquél que más se aproxima a la realidad de la empresa. En la hipótesis de que ninguno de los cuadros corresponda a esa realidad, el indicador deberá quedarse en blanco, presentándose justificación en el espacio reservado para comentarios al lado de la plantilla;

Indicadores Binarios y Numéricos: Los indicadores Binarios (Sí/No) deberán ser obligatoriamente llenados. La empresa se debe esforzar en llenar también los indicadores numéricos, hasta cuando disponga solamente de los datos de 2000. En el caso de que la empresa no produzca esos datos, deberá presentar justificación y prepararse para presentarlos en el próximo año.

Para el llenado a través de internet es necesario que la empresa se registre en el sitio del Instituto Ethos en el área Indicadores. Después del registro, la empresa estará habilitada con una señal de acceso para el llenado y visualización de sus informaciones y resultados confidenciales.

Para más informaciones y dudas, utilice nuestro canal directo de comunicación: indicadores@ethos.org.br

¡Participe!

Valores y Transparencia

Auto Regulación de la Conducta	AUTO-REGULACIÓN DE LA CONDUCTA <ul style="list-style-type: none"> • Compromisos Éticos • Enraizamiento en la Cultura Organizacional 	RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD <ul style="list-style-type: none"> • Diálogo con Partes Interesadas • Relaciones con la Competencia • Balance Social
---------------------------------------	--	---

• Compromisos Éticos

1. Con relación a la adopción y amplitud de principios éticos:	Las creencias y valores de la organización existen de manera informal, y están poco incorporados en los procesos de trabajo.	Las creencias y valores de la organización están documentados y diseminados, valiendo igualmente para todos los niveles de la organización.	La organización posee un código de ética, orienta y entrena a sus empleados con regularidad y promueve revisiones periódicas.	El código de ética de la organización prevé la participación de empleados, partners y/o comunidad en su revisión y es sometido a procedimientos de control y auditoría periódicos.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informaciones Adicionales	El código de ética y/o la declaración de creencias y valores de la organización:	Sí	No
1.1	¿abordan tres o más de los siguientes partners: empleados, proveedores, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y accionistas minoritarios?		
1.2	¿prohíben expresamente la utilización de prácticas ilegales (corrupción, soborno y “caja dos”) para obtener ventajas comerciales?		
1.3	¿son explícitos en cuanto al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todos los partners?		
1.4	¿son explícitos en cuanto a la defensa por la competencia leal?		

• Enraizamiento en la Cultura Organizacional

2. Con relación a la diseminación de los valores éticos de la empresa:	Creencias y valores son transmitidos esporádicamente o en momentos específicos (contratación de empleados, proceso de auditoría), con foco en el público interno.	Hay procesos sistemáticos de educación y difusión de las creencias y valores de la empresa, tanto para los empleados como para los demás partners.	Los procesos de educación y difusión de creencias y valores son evaluados y verificados periódicamente.	Empleados, liderazgos de la organización y partners son motivados a contribuir para los procesos de evaluación y supervisión de las creencias y valores.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Valores y Transparencia

Informaciones Adicionales		
	Sí	No
2.1 ¿La alta dirección de la empresa (consejo de administración y dirección) está comprometida con el enraizamiento de las creencias y valores en la cultura y en los procesos organizacionales?		
2.2 ¿La empresa tiene comités o consejos de gestión de las cuestiones éticas?		
2.3 ¿Las pesquisas de clima organizacional contemplan preguntas relativas a las cuestiones éticas?		
Relaciones Transparen- tes con la Sociedad		

- **Diálogo con Partes Interesadas (stakeholders)**

3. Considerando sus impactos sobre distintos grupos de la sociedad, la empresa:	Discute dilemas, estrategias y problemas solamente en el ambiente del liderazgo de la organización.	Extiende la discusión a los empleados e interesados directos dependiendo del tema en cuestión.	Incentiva la participación de todos los involucrados con los negocios de la empresa y practica una gestión de transparencia de estrategias y resultados.	Define indicadores de desempeño a partir del diálogo estructurado con las partes interesadas y crea mecanismos para asegurar que los canales de comunicación y discusión sean accesibles y eficientes.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Informaciones Adicionales		
	Sí	No
3.1 ¿La empresa identifica y analiza las expectativas y demandas de los diversos grupos involucrados con sus negocios?		
3.2. ¿ La naturaleza de los procesos, productos y servicios de la empresa es criticada o sufre oposición por algún grupo o parte interesada?		

- **Relaciones con la Competencia**

4. En cuanto a las políticas de relacionamiento con la competencia, la empresa:	Sigue las prácticas de precio y competencia comunes al mercado, restringiéndose al cumplimiento de la legislación.	Discute internamente la postura de la empresa ante los concurrentes y busca un posicionamiento leal.	Discute su postura con proveedores y clientes alertándolos para las cuestiones de la competencia leal y participa de asociaciones de clase en la discusión de esos aspectos.	Ejerce posición de liderazgo en su segmento en las discusiones relativas al combate a trustes y carteles, a las prácticas desleales de comercio, al fraude en licitaciones y al espionaje empresarial, buscando alcanzar patrones de competencia cada vez más elevados.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Valores y Transparencia

Informaciones Adicionales	Sí	No
	4.1. ¿La empresa ya ha sido denunciada y/o procesada por CADE debido a las prácticas de competencia desleal?	

• Balance Social

5. Con relación a la divulgación de las acciones de responsabilidad social, la empresa:	Publica o no, sin regularidad definida, informaciones sobre sus acciones sociales, comunitarias y ambientales, sin consolidarlas en un balance social.	Publica un balance social anualmente, describiendo sus acciones sociales, e incorporando aspectos cuantitativos.	Incorpora el balance social a sus demostrativos financieros, y utiliza los datos sociales como herramientas de gestión de los negocios.	Además, incorpora críticas y sugerencias de sus diversos stakeholders para el balance social, promoviendo procesos de discusión colectiva y dejándolo accesible para el mayor número de personas posible.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informaciones Adicionales	La riqueza generada por la empresa:	1998	1999	2000
	5.1. Valor Adicionado = Ingreso Bruto - (Bienes y servicios de terceros + Depreciación + Remuneración de capital de terceros)			
	La riqueza distribuida por la empresa para sus partes interesadas (stakeholders):			
	5.2. Gobierno: impuestos expurgados los subsidios (exenciones)			
	5.3. Colaboradores: sueldos/encargos de previsión privada/seguridad privada/beneficios/participación en los resultados			
5.4. Accionistas: dividendos/variación del patrimonio neto				

Público Interno

Diálogo y Participación

DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

- Relaciones con Sindicatos
- Gestión Participativa
- Participación en los Resultados y Bonificación

RESPECTO AL INDIVIDUO

- Compromiso con el Futuro de los Niños
- Valoración de la Diversidad

RESPECTO AL TRABAJADOR

- Comportamiento Frente a las Dimisiones
- Compromiso con el Desarrollo Profesional y Empleabilidad
- Cuidado con la Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo
- Preparación para la Jubilación

• Relaciones con Sindicatos

<p>6. En cuanto a la participación de empleados en sindicatos y al relacionamiento con sus representantes, la empresa:</p>	<p>En el contexto actual, considera la conducta de los sindicatos perjudicial a su desempeño, aunque no ejerza presión sobre los empleados involucrados con actividades sindicales.</p>	<p>No ejerce ningún tipo de presión y permite la libertad para la representación de los sindicatos dentro del lugar de trabajo.</p>	<p>Permite la actuación de los sindicatos en el lugar de trabajo y suministra informaciones sobre las condiciones de trabajo en la empresa; los dirigentes de la empresa se reúnen periódicamente con los sindicatos para recibir sugerencias y negociar reivindicaciones.</p>	<p>Los dirigentes de la empresa se reúnen periódicamente con representantes de los sindicatos y suministran a los sindicatos datos financieros y relativos a objetivos estratégicos, cuando estos afecten a los trabajadores, para subsidiar las discusiones.</p>
--	---	---	--	---

Informaciones Adicionales

	1998	1999	2000
6.1 Número de huelgas y paralizaciones ocurridas en la empresa			

• Gestión Participativa

<p>7. En cuanto a la participación de los empleados en la gestión, la empresa:</p>	<p>No posee programa para estimular y recompensar a los empleados que presentan sugerencias que contribuyen para la mejora de los procesos internos.</p>	<p>Posee programa para estimular y recompensar a los empleados que presentan sugerencias que contribuyen para la mejora de los procesos internos</p>	<p>Disponibiliza informaciones económico-financieras de la empresa y entrena a los empleados para que puedan comprenderlas y analizarlas.</p>	<p>Preve la participación del representante de los empleados en comités de gestión encargados de la formulación de su estrategia o en el Consejo de Administración.</p>
--	--	--	---	---

• Participación en los Resultados y Bonificación

8. En cuanto a los mecanismos de participación en los resultados y de bonificación, la empresa:	No posee programa estructurado de participación en los resultados ni de bonificación	Posee programa de participación en los resultados y/o de bonificación, pero no utiliza criterios objetivos de evaluación para premiar el desempeño individual.	Posee programa de participación en los resultados y/o de bonificación que combina evaluación objetiva de las competencias, habilidades y desempeño individuales, con evaluación colectiva de la empresa.	Además de ofrecer participación y/o bonus relativo al desempeño, posee mecanismo que estimula y viabiliza la participación de los empleados en su composición accionaria.		
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Informaciones Adicionales	El programa de participación en los resultados de la empresa:			Sí	No	
	81. ¿Ha sido establecido a través de negociación con una comisión de empleados o sindicato?					
				1998	1999	2000
	8.2. Porcentual de los valores distribuidos con relación a la masa salarial:					
	8.3. Porcentaje de empleados beneficiados:					
	El programa de bonificación de la empresa:			Sí	No	
	8.4. ¿Ha sido establecido a través de negociación con una comisión de empleados o sindicato?					
				1998	1999	2000
	8.5. Porcentual de los valores distribuidos con relación a la masa salarial:					
	8.6. Porcentaje de empleados beneficiados:					
8.7. Porcentual de acciones de la empresa en poder de los empleados.						
Respeto al Individuo						

• Compromiso con el Futuro de los Niños

9. En el tratamiento de la cuestión de los derechos del niño y del adolescente, la empresa:	Respeto integralmente la legislación nacional que prohíbe el trabajo antes de los 16 años, excepto en la condición de aprendiz entre los 14 y 16 años.	Mantiene programa de aprendizaje en la empresa para jóvenes en el grupo de 14 a 16 años.	Además de programas de aprendizaje para jóvenes, desarrolla proyectos internos de integración y apoyo a los hijos de los empleados.	Amplia su actuación apoyando proyectos realizados en la comunidad en beneficio del niño y del adolescente.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Público Interno

Informaciones Adicionales	La empresa:	Sí	No
	9.1	¿ Se encuentra reconocida para el uso del Sello “Empresa Amiga del Niño” de la Fundación Abrinq por los Derechos del Niño o equivalente?	
9.2	¿ Tiene acciones de conscientización interna de los empleados sobre la explotación del trabajo infantil con relación a sus hijos y a los otros niños de su convivencia?		

- Valoración de la Diversidad

10. Reconociendo la obligación ética de las empresas de combatir todas las formas de discriminación y de valorar las oportunidades ofrecidas por la riqueza étnica y cultural de nuestra sociedad, la empresa:	Busca evitar comportamientos discriminatorios en el ambiente interno y en la relación con sus clientes, pero no posee procesos estructurados y formales de promoción de la diversidad.	Posee normas escritas que prohíben y prevén medidas disciplinarias contra prácticas discriminatorias y regulan los procesos de admisión y promoción.	Además de poseer normas escritas, ofrece entrenamiento específico sobre el tema y utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas y establecer estrategias de reclutamiento.	Además de poseer normas y usar indicadores, desarrolla actividades de promoción de grupos poco representados en la empresa.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informaciones Adicionales	La empresa	Sí	No	
	10.1	¿apoya proyectos en la comunidad que tienen por meta mejorar la oferta de profesionales calificados provenientes de grupos usualmente discriminados en el mercado de trabajo?		
10.2	¿ mantiene programa especial para contratación de portadores de deficiencia física y mental?			
10.3	¿ ofrece oportunidades de trabajo para ex detenidos?			
10.4	¿ tiene política preferencial para la contratación de individuos con edad superior a 45 años o desempleados hace más de 2 años?			
10.5	¿ posee normas y procesos eficaces para combatir situaciones de asedio sexual?			
		1998	1999	2000
10.6	Porcentaje de mujeres con relación al total de colaboradores:			
10.7	Porcentaje de mujeres en cargos gerenciales con relación al total de cargos gerenciales:			
10.8	Porcentaje de mujeres negras y pardas con relación al total de colaboradores:			
10.9	Porcentaje de mujeres negras y pardas en cargos gerenciales con relación al total de cargos gerenciales:			

Público Interno

		1998	1999	2000
Respeto al Trabajador	10.10 Porcentaje de hombres negros y pardos con relación al total de colaboradores:			
	10.11 Porcentaje de hombres negros y pardos en cargos gerenciales con relación al total de cargos gerenciales:			
	10.12 Porcentaje de colaboradores con más de 45 años de edad con relación al número total de colaboradores:			
	10.13 Sueldos medios mensuales en cargos gerenciales - Mujeres blancas:			
	10.14 Sueldos medios mensuales en cargos gerenciales - Mujeres negras y pardas:			
	10.15 Sueldos medios mensuales en cargos gerenciales - Hombres blancos:			
	10.16 Sueldos medios mensuales en cargos gerenciales - Hombres negros y pardos:			

- Comportamiento Frente a las Dimisiones

11. Frente a la necesidad de reducción de coste de personal, la empresa:	Busca evitar demisiones y cuando lo hace se limita al estrictamente necesario, a través de consultas con representantes de los trabajadores.	Analiza y discute alternativas de contención y reducción de gastos con los empleados y ofrece programa de dimisión voluntaria incentivada.	Además de discutir internamente y crear incentivos a la dimisión voluntaria, establece indicadores socio-económicos (edad, estado civil, dependientes) para orientar la definición de prioridades.	Ofrece adicionalmente servicios de apoyo y/o recolocación y/o capacitación y extensión de beneficios a todos los trabajadores dimitidos.
---	--	--	--	--

Informaciones Adicionales

	1998	1999	2000
11.1 Número de empleados en el final del período:			
11.2 Número total de admisiones en el período:			
11.3 Número total de dimisiones en el período:			
11.4 Porcentaje de dimitidos con más de 45 años de edad con relación al número total de dimitidos:			
11.5 Porcentual de reclamos laborales iniciadas por total de dimitidos en el período:			

• Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad

<p>12. Para desarrollar sus recursos humanos, la empresa:</p>	<p>Promueve actividades de entrenamiento puntuales, encaminados en el desempeño de tareas específicas.</p>	<p>Mantiene actividades sistemáticas de desarrollo y capacitación, buscando el perfeccionamiento constante de su personal.</p>	<p>Además de promover capacitación continua, ofrece becas de estudio para la adquisición de conocimientos más universales y con impacto positivo en la empleabilidad de sus empleados.</p>	<p>Las becas de estudio para adquisición de conocimientos universales son ofrecidas para todos, sin distinción.</p>		
<p>Informaciones Adicionales</p>	<p>La empresa</p>			<p>Sí</p>	<p>No</p>	
<p>12.1 ¿mantiene programa de erradicación del analfabetismo entre sus empleados, con metas y recursos definidos?</p>						
<p>12.2 ¿mantiene programa de educación básica/enseñanza complementaria?</p>						
				<p>1998</p>	<p>1999</p>	<p>2000</p>
<p>12.3 Porcentual de analfabetos en la fuerza de trabajo:</p>						
<p>12.4 Cantidad de horas de desarrollo profesional por empleado/año:</p>						
<p>12.5 Porcentaje de la facturación bruta gasta en desarrollo profesional y educación:</p>						

• Cuidado con la Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo

<p>13. Buscando asegurar buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad, la empresa:</p>	<p>Sigue rigurosamente las normas y parámetros fijados por la legislación.</p>	<p>Está más allá de las obligaciones legales y procura alcanzar o superar los patrones de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.</p>	<p>Desarrolla campañas regulares de conscientización, ofrece acceso a informaciones relevantes y realiza pesquisas de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción e identificar las áreas que requieren atención.</p>	<p>Además de desarrollar campañas y realizar pesquisas, desarrolla política de equilibrio trabajo-familia y supervisa la carga de trabajo buscando su mejor distribución. Metas e indicadores de desempeño relativos a las condiciones de trabajo, salud y seguridad son definidos con la participación de los empleados y divulgados ampliamente.</p>
--	--	---	--	--

Público Interno

Informaciones Adicionales	La empresa	Sí	No	
	13.1	¿ ha sido certificada por la norma BS 8800, SA 8000 u otra norma equivalente? En caso de norma equivalente, especifique		
13.2	¿ofrece programa de prevención y tratamiento para dependencia a drogas y al alcohol?			
13.3	¿promueve ejercicios físicos en el horario de trabajo?			
13.4	¿posee política de compensación de horas extras para gerentes y ejecutivos?			
La empresa ofrece a los empleados:				
13.5	¿seguro de enfermedad familiar?			
13.6	¿subsidio para educación de los hijos?			
13.7	¿financiación para casa propia?			
		1998	1999	2000
13.8	División de la mayor remuneración por la menor remuneración en especie pagada por la empresa (incluye participación en los resultados y programa de bonus):			
13.9	División del menor sueldo de la empresa por el salario mínimo vigente:			
13.10	Media de horas extras por empleados/año:			
13.11	Media anual de accidentes de trabajo por empleado:			
13.12	Porcentaje de los accidentes que han resultado en alejamiento temporario de(l) (los) empleado(s)/ prestador(es) de servicio:			
13.13	Porcentaje de los accidentes que han resultado en mutilación u otros daños a la integridad física de lo(s) empleado(s)/ prestador(es) de servicio, con alejamiento permanente del cargo (incluyendo LER):			
13.14	Porcentaje de los accidentes que han resultado en muerte de(l) o(s) empleado(s)/ prestador(es) de servicio:			

• Preparación para la Jubilación

14. Procurando preparar a sus empleados para la jubilación, la empresa:	No tiene un programa estructurado de preparación para la jubilación.	Ofrece informaciones básicas y orienta a sus empleados en cuanto a procedimientos administrativos necesarios a la obtención de la jubilación.	Desarrolla actividades sistemáticas de orientación, aconsejamiento y preparación para la jubilación, involucrando sus aspectos psicológicos y de planificación financiera.	Además de desarrollar un programa sistemático de preparación, la empresa ofrece oportunidades de aprovechamiento de la capacidad de trabajo de los jubilados y estimula su participación en proyectos sociales en la comunidad.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Público Interno

Informaciones Adicionales

La empresa

Sí

No

14.1. ¿La empresa mantiene programa de seguridad social complementaria?

Medio Ambiente

Administración del Impacto Ambiental

ADMINISTRACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

- Conocimiento sobre el Impacto en el Medio Ambiente
- Minimización de Entradas y Salidas de Materiales en la Empresa
- Responsabilidad sobre el Ciclo de Vida de los Productos y Servicios

RESPONSABILIDAD ANTE LAS GENERACIONES FUTURAS

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

• Conocimiento sobre el Impacto en el Medio Ambiente

15. Considerando los impactos ambientales causados por las actividades/servicios desarrollados, la empresa:	Conoce los principales impactos ambientales causados por sus actividades/servicios y dirige su acción preventiva en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y seguridad de sus empleados.	Hace estudios de impacto ambiental, según exigencias de la legislación, y realiza regularmente actividades de control y supervisión.	Hace análisis de impacto de todos sus procesos, independientemente de la obligación legal y tiene sus procesos de gestión ambiental uniformizados y formalizados, incluyendo la instauración de metas, plan de acción, alquiler de recursos y auditoría.	Hace estudios de impacto en toda la cadena productiva; desarrolla aparcería con proveedores avizorando la mejora de los procesos de gestión ambiental y participa de los procesos de destino final y posterior consumo.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informaciones Adicionales	La empresa	Sí		No
	15.1 ¿participa con otras empresas en la discusión de los problemas ambientales y en el encaminamiento de soluciones?			
	15.2 ¿es certificada por la norma ISO 14.001 u otra norma ambiental equivalente?			
	En el caso de norma equivalente, especifique			
	15.3 ¿posee plan de emergencia ambiental que relaciona todas sus actividades/servicios que involucran situaciones de riesgo, y entrena sus empleados en intervalos frecuentes?			
	Cantidad media de incidentes y/o actuaciones por violación de las normas de protección ambiental de:	1998	1999	2000
	15.4 baja gravedad			
15.5 gravedad mediana				
15.6 alta gravedad				

• Minimización de Entradas y Salidas de Materiales en la Empresa

16. Con el objetivo de prevenir y reducir daños ambientales y mejorar sus procesos de gestión ambiental, la empresa:	Ha buscado, dentro de su patrón tecnológico actual, reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas, e implantar procesos de destino adecuado a sus residuos.	Ha invertido en la actualización del patrón tecnológico, para reducir y sustituir recursos de entrada y desarrolla programa de reutilización de residuos por la propia empresa o por terceros.	Además de invertir en la reducción y reutilización de recursos, posee proceso para medir, supervisar y controlar periódicamente los aspectos ambientales significativos relativos al consumo de recursos naturales y la producción de residuos y desechos.	Tiene como meta alcanzar alto nivel de situación de sostenibilidad y/o provocar impacto ambiental cero, a través de estrategias de reutilización y compensación ambiental.		
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Informaciones Adicionales				Sí	No	
16.1 ¿En sus actividades, servicios y/o productos la empresa libera en la atmósfera gases nocivos a la camada de ozono, tales como CFC?						
				1998	1999	2000
16.2 Total invertido en programas y proyectos de mejora ambiental (R\$):						
16.3 Porcentaje de la facturación bruta consumida en programas y proyectos de mejora ambiental:						
16.4 Consumo anual de energía (kwh):						
16.5 Consumo anual de combustibles fósiles (ton.)						
16.6 Consumo anual de agua (litro):						
16.7 Volumen medio anual de CO2 y otros gases efecto estufa emitidos en la atmósfera (ton.):						
16.8 Cantidad anual de residuos sólidos (basura, desechos, escombros, etc.) generados (ton.):						

• Responsabilidad sobre el Ciclo de Vida de los Productos y Servicios

17. Las prácticas de mejora ambiental desarrolladas en la empresa:	Se limitan al control de las actividades/servicios internos y desarrollados por la propia empresa.	Abarcan todas las actividades/servicios bajo su control, incluyendo actividades externas como transportes y entradas y salidas de materiales.	Se extienden a toda la cadena de provisiones y la empresa utiliza criterios ambientales en la selección de proveedores.	Actúa en todo el ciclo de vida de sus productos/servicios, incluyendo procesos de administración relativos a las fases de destino final de los productos/servicios y posterior consumo.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Medio Ambiente

Informaciones Adicionales	La empresa		Sí	No
	17.1	¿desarrolla esfuerzos explícitos de reducción del consumo y colecta selectiva interna de materiales?		
	17.2	¿desarrolla programa de administración de residuos en el cliente, como programas de colecta de residuos y reciclaje de posterior consumo?		
	17.3	¿suministra a sus consumidores/clientes informaciones detalladas sobre daños ambientales resultantes del uso y destino final de sus productos y servicios?		
	17.4	¿Mantiene acciones de control de la polución provocada por vehículos propios y de terceros a su servicio?		
Responsabilidad Frente a las Generaciones Futuras				

- Compromiso de la Empresa con la Causa Ambiental

18. Para cubrir su parcela de responsabilidad al usar los recursos e impactos sobre el medio ambiente, la empresa:	Cumple rigurosamente los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional.	Además de cumplir con los parámetros legales, la empresa desarrolla programas de mejora ambiental/gestión ambiental, actuando de manera preventiva.	Trata la cuestión ambiental como tema transversal en la empresa, posee comités/áreas responsables por la ejecución de las acciones ambientales e incluye la cuestión ambiental en su planificación estratégica.	Desarrolla nuevos negocios o ha adoptado nuevo modelo para negocio ya existente, que busca explorar oportunidades relativas a la situación de sostenibilidad ambiental.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informaciones Adicionales	La empresa		Sí	No
	18.1	¿participa de comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y con la comunidad?		
	18.2	¿contribuye para la preservación de la biodiversidad a través de proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección de animales amenazados?		

- Educación Ambiental

<p>19. Buscando contribuir para la conscientización de la población con relación a los desafíos ambientales originados por la actividad humana e infundir valores de responsabilidad ambiental, la empresa:</p>	<p>No desarrolla acciones de educación ambiental, ni entrenamiento para empleados sobre la temática ambiental.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>	<p>Desarrolla actividades de educación ambiental dirigidas al público interno, buscando reforzar la conscientización ecológica.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>	<p>Desarrolla campañas de conscientización y educación ambiental dirigidas a familiares de empleados y a la comunidad del entorno inmediato de la empresa.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>	<p>Además de desarrollar campañas, la empresa participa o apoya proyectos educativos en aparcería con organizaciones ambientalistas y ejerce liderazgo social en favor de esa causa.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>		
<p>Informaciones Adicionales</p>	<p>La empresa</p>			<p style="text-align: center;">Sí</p>	<p style="text-align: center;">No</p>	
	<p>19.1 ¿La empresa publica informe de sus actividades relativas a su performance ambiental?</p>					

Proveedores

SELECCIÓN Y APARCERÍA CON PROVEEDORES

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

Selección y Aparcería con Proveedores

• Criterios de selección de Proveedores

<p>20. Para regular sus relaciones con proveedores y parceros, la empresa:</p>	<p>Posee políticas y normas de uso interno para evaluar y seleccionar proveedores y parceros basada en factores de calidad, precio, plazo.</p>	<p>Posee normas transparentes que contemplan criterios y exigencias relativas al cumplimiento de la legislación laboral, de seguridad social y fiscal.</p>	<p>Además de criterios básicos de respeto a la legislación, las normas de la empresa incluyen criterios específicos de responsabilidad social, como la prohibición de trabajo infantil y de prácticas de discriminación.</p>	<p>Exige que sus proveedores y parceros reproduzcan sus exigencias en cuanto a la responsabilidad social con sus respectivos proveedores y que supervise esos criterios periódicamente.</p>
--	--	--	--	---

Informaciones Adicionales

La empresa			
20.1 ¿Establece plazo formal para la conformidad de sus proveedores con sus criterios de responsabilidad social?	Sí	No	
	1998	1999	2000
20.2 Porcentual del total de proveedores que han recibido visita de inspección de prácticas de responsabilidad social:			

• Trabajo Infantil en la Cadena Productiva

<p>21. En sus relaciones con proveedores y parceros, la empresa:</p>	<p>Discute con proveedores y parceros la cuestión del trabajo infantil y los estimula a cumplir la legislación.</p>	<p>Posee cláusula específica en cuanto a la prohibición del trabajo infantil en sus contratos con proveedores</p>	<p>Verifica el cumplimiento de las cláusulas que prohíben el trabajo infantil en sus contratos con los proveedores.</p>	<p>Discute con sus proveedores la cuestión de la prohibición del trabajo infantil en sus contratos con terceros. Participa de programas y actividades que buscan erradicar el trabajo infantil en su cadena productiva.</p>
--	---	---	---	---

Proveedores

Informaciones Adicionales	1998	1999	2000
	21.1 ¿Cuántas actuaciones ha recibido la empresa en el Ministerio del Trabajo con relación al uso de mano de obra infantil en el período?.		

• Relaciones con Trabajadores Tercerizados

22. En sus relaciones con trabajadores tercerizados y/o con los proveedores de esos servicios, la empresa:	Mantiene relación contractual dentro de los parámetros legales de co-responsabilidad por el cumplimiento de las obligaciones laborales y de seguridad social.	Acompaña periódicamente el cumplimiento de los requisitos establecidos, exigiendo que sean hechos los ajustes que garanticen el correcto cumplimiento de la legislación.	Además de acompañar el cumplimiento de la legislación, negocia con sus proveedores para que proporcionen a sus empleados niveles salariales compatibles con las medias del mercado.	Ofrece al trabajador tercerizado beneficios básicos disfrutados por los empleados regulares, como transporte y alimentación.	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Informaciones Adicionales	La empresa		Sí	No	
	22.1 ¿Integra a los trabajadores tercerizados en sus programas de entrenamiento y desarrollo profesional?				
			1998	1999	2000
	22.2 Porcentaje de trabajadores tercerizados en relación al total de la fuerza de trabajo:				

• Apoyo al Desarrollo de Proveedores

23. Con relación a proveedores de igual o menor porte, la empresa:	Establece relaciones contractuales solamente basada en criterios comerciales.	Contribuye para la mejora del patrón administrativo de los partners, disponiendo informaciones y promoviendo actividades conjuntas de entrenamiento.	Además de contribuir para la mejora gerencial, mantiene relaciones estables y duraderas con partners y utiliza criterios de negociación que permiten su crecimiento futuro.	Además de contribuir para el crecimiento de sus proveedores de igual o menor porte, estimula y facilita su actuación en proyectos sociales y ambientales.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informaciones Adicionales			Sí	No
	23.1 ¿La empresa incluye entre sus proveedores grupos comunitarios locales, tales como cooperativas, asociaciones de barrio y proyectos de generación de renta?			

Consumidores/Clientes

Dimensión Social del Consumo

DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

- Política de Marketing y Comunicación
- Excelencia del Atención
- Conocimiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios

- Política de Marketing y Comunicación

24. Considerando la influencia del marketing en la creación de imagen de credibilidad y confianza, la empresa:

Dirige sus estrategias de marketing a los objetivos comerciales y enfatiza los resultados económicos de corto plazo.

Posee política formal de comunicación alineada a los valores y principios de la empresa, que abarca todos sus materiales de comunicación, tanto internos como externos.

Busca estimular la comunicación de los consumidores/clientes con la empresa y aclarar aspectos innovadores de sus productos y servicios, como también los cuidados necesarios para su uso.

Desarrolla aparcería con proveedores, distribuidores, y postventa, esperando crear una cultura de responsabilidad social en las relaciones con los consumidores/clientes.

Informaciones Adicionales

La empresa

Sí

No

24.1 ¿revisa periódicamente materiales de comunicación destinados a los consumidores/clientes (tales como rótulos, embalajes, bulas, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía, piezas publicitarias y otros) y los actualiza siempre que sea necesario?		
24.2 ¿tiene política formal contra propaganda abusiva que coloque niños, adolescentes, mujeres o grupos minoritarios en situaciones prejuiciosas o de riesgo?		
24.3 ¿realiza análisis previa de campañas publicitarias para verificar la conformidad con valores éticos de la empresa y con la legislación de defensa del consumidor?		
24.4 ¿ha tenido, en los últimos 3 años, alguna pieza de comunicación retirada de circulación como consecuencia de reclamos de clientes, proveedores o competidores?		
En relación a violaciones del Código de Defensa del Consumidor:	1998	1999
24.5 cantidad de procesos administrativos (Procon, Vigilancia Sanitaria, IPEM etc.):		
24.6 cantidad de procesos judiciales (civiles y criminales) recibidos:		

- Excelencia de la Atención

<p>25. En cuanto a su compromiso con la calidad de los servicios de atención al consumidor/cliente, la empresa:</p>	<p>Posee una atención básica receptiva, dirigida a la información al consumidor/cliente y solución de demandas individuales.</p>	<p>Registra las manifestaciones de los consumidores/clientes, solucionando rápida e individualmente las demandas, y emite informes de desempeño para conocimiento interno.</p>	<p>Además de registrar las manifestaciones, da orientación, busca las causas de los problemas y utiliza las informaciones para implementar políticas de mejora de la calidad de los productos y servicios.</p>	<p>Utilizando las manifestaciones de los consumidores/clientes actúa pro-activa y preventivamente en el lanzamiento de productos y servicios y en la revisión de materiales de comunicación y divulgación.</p>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informaciones Adicionales

	Sí	No	
25.1. ¿La empresa promueve entrenamiento continuo de sus profesionales en atención?			
25.2. ¿La dirección de la empresa está involucrada directamente en los programas de atención a consumidores/clientes?			
25.3. ¿El servicio de atención a consumidores/clientes tiene representación en los procesos de toma de decisión de la empresa?			
25.4. ¿La empresa tiene Ombudsman?			
25.5. ¿La empresa tiene SAC?			
		1998	1999
25.6 Total de llamadas atendidas por SAC:			
25.7 Porcentual de reclamos con relación al total de llamadas atendidas por SAC:			
25.8 Porcentual de reclamos no atendidos por SAC:			
25.9 Tiempo medio de espera en el teléfono de SAC hasta el inicio de la atención:			
25.10. Cantidad de innovaciones implantadas en función del Ombudsman y/o servicio de atención a consumidores/clientes:			

Consumidores/Clientes

- Conocimiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios

<p>26. En cuanto a la comercialización de sus productos y ejecución de sus servicios, la empresa:</p>	<p>No realiza estudios y pesquisas técnicas sobre daños potenciales de sus productos y servicios para los consumidores/clientes.</p>	<p>Realiza estudios y pesquisas técnicas sobre riesgos potenciales, divulga informaciones para partners comerciales, adoptando medidas preventivas o correctivas, con agilidad.</p>	<p>Disponibiliza informaciones detalladas y entrena al personal interno y a los partners externos para que adopten medidas preventivas y correctivas con agilidad y eficiencia, teniendo un compromiso de integración de iniciativas en casos de crisis.</p>	<p>Trabaja con proveedores y distribuidores en espera de un constante perfeccionamiento de los productos y servicios, reemplazando componentes, tecnologías y productos en la medida en que surgen sucesos eficientes, más seguros y que presentan menores riesgos para la salud del consumidor/ cliente.</p>
--	--	---	--	---

Informaciones Adicionales	La empresa	Sí	No
	26.1 ¿mantiene programa especial para mejora de productos, servicios y procesos?		
26.2 ¿tiene sistemas internos de rápida respuesta y actuación en la ocurrencia de daños al consumidor/cliente?			
26.3 ¿capacita su área de relaciones públicas para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis?			
26.4 ¿ya ha tenido productos retirados del mercado por presión de clientes/consumidores/ órganos de defensa?			
26.5 ¿tiene servicios/productos prohibidos en otros países y todavía comercializados en Brasil o exportados?			

Comunidad

Relaciones con la Comunidad Local

RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL

- Administración del Impacto de la Empresa en la Comunidad
- Relaciones con Organizaciones Actuantes en la Comunidad

FILANTROPÍA/INVERSIONES SOCIALES

- Mecanismos de Apoyo a Proyectos Sociales
- Estrategias de Actuación en el Área Social
- Movilización de Recursos para la Inversión Social

TRABAJO VOLUNTARIO

- Reconocimiento y Apoyo al Trabajo Voluntario de los Empleados

- Administración del Impacto de la Empresa en la comunidad

27.
Considerando sus posibles impactos en la vida de la comunidad (demanda sobre equipos sociales, tráfico de vehículos, etc.), la empresa:

Busca tomar medidas saneadoras en respuesta a reclamos y manifestaciones de la comunidad.

Conoce a profundidad sus impactos actuales; posee proceso estructurado para registrar quejas y reclamos; promueve reuniones sistemáticas para informar liderazgos locales sobre providencias.

Posee política formal de anticipación a demandas de la comunidad y disponibilizar informaciones sobre actuales y futuros impactos de su actividad; involucra a la comunidad en la resolución de los problemas.

Además de poseer política formal de relacionamiento con la comunidad, la empresa mantiene comités o grupos de trabajo con la participación de liderazgos locales para el análisis de sus procesos productivos y acompañamiento de impactos.

Informaciones Adicionales

	Si	No
27.1 ¿La empresa participa activamente con otras empresas en la discusión de los problemas comunitarios y en el encaminamiento de soluciones?		
La empresa ya ha recibido reclamos y manifestaciones (peticiones, suscritos, protestos) realizadas por la comunidad debido a:		
27.2 ¿exceso de basura, generación de mal olor y otras formas de polución?		
27.3 ¿exceso de tráfico de vehículos, causando ruido y trastorno?		
27.4 ¿interferencia en sistemas de comunicación?		
27.5 ¿otros?		
en caso positivo, especificar:		

• Relaciones con Organizaciones Actuales en la Comunidad

<p>28. Con relación a las organizaciones comunitarias, ONGs y equipos públicos (escuela, puestos de salud, etc.) presentes en su entorno, la empresa:</p>	<p>No conoce o conoce superficialmente sus actividades y responde puntualmente a eventuales pedidos de apoyo.</p>	<p>Conoce profundamente el trabajo de algunas entidades e invierte en proyectos específicos.</p>	<p>Participa de la vida asociativa local y apoya varias entidades a través de donativos y financiación de proyectos y/o desarrolla proyecto propio que beneficia la comunidad local.</p>	<p>La empresa mantiene aparcerías de largo plazo con entidades locales; desarrolla y apoya actividades para su fortalecimiento institucional y organizacional; y/o participa de la elaboración e implantación de proyectos conjuntos.</p>	
<p>Informaciones Adicionales</p> <p>Filantropía/ Inversiones Sociales</p>	<p>La empresa</p>				
<p>28.1 ¿realiza campañas educativas y/o de interés público en la comunidad?</p>				<p>Sí</p>	<p>No</p>

• Mecanismos de Apoyo a Proyectos Sociales

<p>29. Las actividades filantrópicas de la empresa son realizadas a través de:</p>	<p>Presupuestos administrados exclusivamente por el director o el gerente a partir de peticiones externas.</p>	<p>Cantidades definidas en presupuesto y que son del conocimiento de los empleados y son administradas por comité o grupo de trabajo con base en criterios de inversión previamente establecidos.</p>	<p>Programa social estructurado, con importe de presupuesto estable, administrado por un equipo profesional, instituto o fundación.</p>	<p>Programa social, instituto o fundación, que cuentan con mecanismos de generación de ingreso propios, fondo patrimonial y/o un porcentual fijo sobre la facturación, que aseguren su continuidad a largo plazo.</p>
---	--	---	---	---

Comunidad

Informaciones Adicionales	La empresa	Sí	No
	29.1 ¿evalúa el impacto social de sus inversiones y proyectos sociales con feedback o participación de los beneficiarios?		
	29.2 ¿maximiza el impacto social de sus recursos realizando proyectos conjuntos con otras empresas o a través de asociaciones empresariales?		
	29.3 ¿desarrolla su planificación estratégica a través de procesos formales involucrando sus acciones sociales y sus respectivos responsables?		

• Estrategias de Actuación en el Área Social

30. En cuanto a los criterios de actuación y las expectativas de impacto de la acción social, la empresa	Toma decisiones sobre inversiones sociales considerando el valor solicitado y la credibilidad y reputación del beneficiario, sin estrategia definida.	Selecciona sus apoyos con el objetivo de mantener o ampliar la cobertura y calidad de la atención asistencial prestada por la organización beneficiaria.	Dirige su trabajo social en el desarrollo de nuevas metodologías, en estrategias de capacitación de recursos humanos para el área social y en la diseminación de experiencias bien logradas.	Además del foco anterior, busca todavía estimular la formación de redes de acción social y contribuir para el fortalecimiento de políticas públicas.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informaciones Adicionales	La empresa	Sí	No	
	30.1 ¿emplea sistemas de aprendizaje y gestión del conocimiento avizorando el perfeccionamiento constante de sus acciones sociales?			
	30.2 ¿emplea especialistas o utiliza consultores en el planeamiento y evaluación de sus actividades en el campo social?			

• Mobilización de Recursos para la Inversión Social

31. Para la realización de sus acciones sociales, la empresa:	Hace donativos de servicios, productos y recursos financieros, y/o desarrolla proyectos sociales propios.	Además de donativos y/o proyecto propio, disponibiliza espacios y equipos para el desarrollo de proyectos y actividades de la comunidad.	Además del apoyo para el desarrollo de proyectos en la comunidad, utiliza sus capacidades técnicas, tecnológicas y administrativas para fortalecer su acción social y de sus beneficiarios.	Además de donativos, proyectos propios y/o movilización de capacidades, la empresa incluye empleados y partners en el diseño e implantación de proyectos sociales.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Comunidad

Informaciones Adicionales	La empresa	Sí	No
	31.1 ¿utiliza los incentivos fiscales para actividades relativas a la cultura y el área social?		
31.2 ¿utiliza el incentivo fiscal previsto por ley para destinar 1% de su IR para los Fondos de los Derechos de los Niños?			
31.3 ¿posee mecanismos para estimular a sus empleados y parceros para hacer donativos?			
		1998	1999
31.4 Porcentual de la facturación bruta destinado a la totalidad de sus acciones sociales (No incluir beneficios laborales):			2000
31.5 Del total destinado al área social el porcentaje correspondiente a donativos en productos y servicios:			
31.6 Del total destinado al área social el porcentaje correspondiente a donativos en especie:			
31.7 Del total destinado al área social el porcentaje correspondiente a inversiones en proyecto social propio:			
Trabajo Voluntario			

- Reconocimiento y Apoyo al Trabajo Voluntario de los Empleados

32. En relación al trabajo voluntario realizado por los empleados, la empresa:	Desconoce o conoce superficialmente las iniciativas de trabajo voluntario de sus empleados.	Realiza levantamiento de informaciones y valora las actividades voluntarias desarrolladas por sus empleados a través de acciones internas, como carta personal del presidente, comunicación informativa o destaque en eventos de la empresa.	Mantiene servicio de apoyo al voluntariado, informando sobre oportunidades disponibles en la comunidad y viabilizando aspectos logísticos y financieros.	Desarrolla programa estructurado de apoyo al voluntariado, disponibilizando recursos humanos y financieros para su funcionamiento.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informaciones Adicionales	La empresa	Sí	No
32.1 ¿ofrece y estimula oportunidades de trabajo voluntario para sus empleados en los proyectos sociales que desarrolla o apoya ?			
32.2 ¿posee miembros de diferentes niveles jerárquicos participando en trabajos voluntarios?			
32.3 ¿utiliza la oportunidad de trabajo voluntario para desarrollar habilidades útiles a la carrera profesional de sus empleados?			

Comunidad

	1998	1999	2000
32.4 Porcentaje de empleados que realizan trabajo voluntario en la comunidad:			
32.5 Cantidad de horas medias mensuales donadas (liberadas del horario normal de trabajo) por la empresa por voluntario:			

Gobierno y Sociedad

Transparencia Política

TRANSPARENCIA POLÍTICA

- Contribuciones para Campañas Políticas
- Prácticas Anti-Corrupción y Soborno

LIDERAZGO SOCIAL

- Liderazgo e Influencia Social
- Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

• Contribuciones para Campañas Políticas

<p>33.</p> <p>Con relación al financiamiento de candidatos a cargos públicos y a partidos políticos, la empresa:</p>	<p>Apoya a candidatos o partidos basada en sus intereses, participando de la decisión solamente miembros de la alta dirección.</p>	<p>Apoya a candidatos dentro de reglas y criterios definidos internamente.</p>	<p>Es transparente en la divulgación para el público interno de las reglas, criterios y valores donados a campañas políticas, permitiendo acceso a estas informaciones al público externo.</p>	<p>No apoya o apoya con postura transparente en cuanto a contribuciones. La empresa estimula y facilita el debate con los candidatos sugeridos por los empleados. Esos debates pueden ser promovidos en las dependencias de la empresa, en la hora y lugar previamente establecidos.</p>	
<p>Informaciones Adicionales</p>	<p>33.1 ¿ En los últimos 5 años, la empresa ha sido mencionada negativamente en la Prensa por motivo de contribución financiera para campaña política?</p>			<p>Sí</p>	<p>No</p>

• Prácticas Anti-Corrupción y Soborno

<p>34.</p> <p>En relación con las autoridades, agentes y fiscales del poder público, en todos sus niveles, la empresa:</p>	<p>Busca evitar situaciones que signifiquen el favorecimiento de agentes del poder público. La empresa no posee procedimientos específicos y divulgados de control y punición.</p>	<p>Mantiene postura reconocida por el público interno en cuanto a la prohibición de favorecimiento, directo o indirecto, de los agentes del poder público.</p>	<p>Posee normas escritas y divulgadas ampliamente para el público interno sobre el tema y mantiene procedimientos formales de control, punición y auditoría.</p>	<p>Además de controlar el cumplimiento de sus normas y controles, la empresa las divulga ante las autoridades para que con ella mantengan relación. Las normas internas exigen la denuncia ante las autoridades superiores de toda oferta recibida.</p>
--	--	--	--	---

Gobierno y Sociedad

Informaciones Adicionales	La empresa	Sí	No
	34.1 ¿ha tenido su nombre mencionado en la Prensa bajo sospecha de haber participado de incidente involucrando el ofrecimiento de soborno y corrupción de agentes públicos?		
Liderazgo Social			

• **Liderazgo e Influencia Social**

35. En su participación en asociaciones y foros empresariales, la empresa:	Participa de comisiones y grupos de trabajo relativos a la defensa y promoción de los intereses específicos de su rama o sector de negocio.	Participa de comisiones y grupos de trabajo relativos a cuestiones de interés público y responsabilidad social.	Participa activamente, contribuyendo con recursos humanos o financieros, de procesos de elaboración de propuestas de interés público y carácter social.	Líderes de la alta dirección de la empresa participan en la elaboración de propuestas de carácter social y visitan a autoridades públicas esperando su adopción.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informaciones Adicionales	La empresa	Sí	No
	35.1 ¿patrocina o realiza campañas de media exclusivamente relativas a cuestiones de interés público?		
	35.2 ¿patrocina proyecto social coordinado por asociación de la cual participa?		
	35.3 ¿patrocina o realiza concurso o premio relativo a temas sociales?		
		1998	1999
35.4 Número de artículos y/o entrevistas firmados por ejecutivos de la empresa sobre temas sociales publicados:			

- Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

<p>36. En su participación con las actividades sociales realizadas por entes gubernamentales, la empresa:</p>	<p>Considera que cumple su obligación con el pago de impuestos y no participa de actividades sociales realizadas por entes gubernamentales.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>	<p>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.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>	<p>Contribuye con recursos humanos, técnicos o financieros para la realización de proyectos específicos y localizados, ejecutados por entidades gubernamentales.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>	<p>Participa y/o apoya la elaboración, perfeccionamiento y ejecución de políticas públicas universales.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>
--	---	--	--	---

Informaciones Adicionales

La empresa	Sí		No	
36.1 ¿ adopta o desarrolla aparcería con escuelas públicas, proyectando la mejora de la calidad de enseñanza?				
36.2 ¿ patrocina programa público o privado de beca - escuela?				
36.3 Del total destinado al área social el porcentaje correspondiente a inversiones sociales gastadas en aparcería con el poder público:	1998	1999	2000	

Plantilla

Valores y Transparencia

1. Compromisos Éticos <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
	S	N	
1.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
1.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
1.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
1.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. Enraizamiento en la Cultura Organizacional <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
	S	N	
2.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. Diálogo con Partes Interesadas <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
	S	N	
3.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. Relaciones con la Competencia <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
	S	N	
4.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5. Balance Social <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
	1998	1999	2000
5.1			
5.2			
5.3			
5.4			

Público Interno

6. Relaciones con Sindicatos <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
	1998	1999	2000
6.1			
7. Gestión Participativa <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
8. Participación en los Resultados y Bonificación <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
	S	N	
8.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	1998	1999	2000
8.2			
8.3			
	S	N	
8.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	1998	1999	2000
8.5			
8.6			
8.7			

9. Compromiso con el Futuro de los Niños <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
	S	N	
9.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10. Valoración de la Diversidad <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
	S	N	
10.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	1998	1999	2000
10.6			
10.7			
10.8			
10.9			
10.10			
10.11			
10.12			
10.13			
10.14			
10.15			
10.16			
11. Comportamiento frente a las Dimisiones <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
	1998	1999	2000
11.1			
11.2			
11.3			
11.4			
11.5			
12. Compromiso con el Desarrollo Profesional y Empleabilidad <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
	S	N	
12.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	1998	1999	2000
12.3			
12.4			
12.5			
13. Cuidado con la Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
	S	N	
13.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Especificar:			

	S	N	
13.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	1998	1999	2000
13.8			
13.9			
13.10			
13.11			
13.12			
13.13			
13.14			
14. Preparación para Jubilación <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
	S	N	
14.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Medio Ambiente

15. Conocimiento sobre el Impacto en el Medio Ambiente <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
	S	N	
15.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
15.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Especificar:			
15.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	1998	1999	2000
15.4			
15.5			
15.6			
16. Minimización de Entradas y Salidas de Materiales en la Empresa <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
	S	N	
16.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	1998	1999	2000
16.2			
16.3			
16.4			
16.5			
16.6			
16.7			
16.8			

Plantilla

17. Responsabilidad sobre el Ciclo de Vida de los Productos y Servicios

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

18. Compromiso de la Empresa con la Causa Ambiental

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

19. Educación Ambiental

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

Proveedores

20. Criterios de Selección de Proveedores

	S	N
20.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000
20.2		

21. Trabajo Infantil en la Cadena Productiva

	1998	1999	2000
21.1			

22. Relaciones con Trabajadores Tercerizados

	S	N
22.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000
22.2		

23. Apoyo al Desarrollo de Proveedores

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

Consumidores/Clientes

24. Política de Marketing y Comunicación

	S	N
24.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000
24.5		
24.6		

25. Excelencia del Atención

	S	N
25.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000

26. Conocimiento de los Daños Potenciales de los Productos e Servicios

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

Comunidad

27. Administración del Impacto de la Empresa en la Comunidad

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

28. Relaciones con Organizaciones Actuales en la Comunidad

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

29. Mecanismos de Apoyo a Proyectos Sociales

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

30. Estrategias de Actuación en el Área Social

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

31. Movilización de Recursos para la Inversión Social

	S	N
31.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000

31.4

31.5

31.6

31.7

32. Reconocimiento y Apoyo al Trabajo Voluntario de los Empleados

	S	N
32.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000

32.4

32.5

Gobierno y Sociedad

33. Contribuciones para Campañas Políticas

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

34. Prácticas Anti-Corrupción y Soborno

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

35. Liderazgo e Influencia Social

	S	N
35.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000

35.4

36. Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

	S	N
36.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000

36.3

Espacio Reservado para Sugerencias y Comentarios sobre los Indicadores de los Temas

Valores y
Transparencia

Público Interno

Medio Ambiente

Proveedores

Espacio Reservado para Sugerencias y Comentarios sobre los Indicadores de los Temas

**Consumidores/
Clientes**

Comunidad

**Gobierno y
Sociedad**

Sugerencias de Llenado

Avizorando la aplicación de los Indicadores Ethos como herramienta de gestión inserta en las demás rutinas de la empresa, el Instituto Ethos sugiere algunos procedimientos, basados en la experiencia de la aplicación de los Indicadores Ethos - Versión 2000.

1. Cuadro de Seguimiento

Durante el proceso de llenado de los indicadores la empresa pasa necesariamente por una reflexión sobre la situación actual de sus iniciativas de responsabilidad social. Dentro de ese contexto es posible identificar cuáles son los puntos fuertes de sus actividades y cuáles de las cuestiones indican oportunidades de mejora. El cuadro presentado abajo es una sugerencia para la empresa, simultáneamente al llenado de los indicadores, comenzar a organizar las informaciones con la finalidad de desarrollar planes de acción encaminados para el perfeccionamiento seguido de su actuación en la responsabilidad social.

Para cada indicador es necesario llenar un cuadro de seguimiento. Cada cuadrante de respuesta del indicador de profundidad simboliza una etapa en el desarrollo de la práctica de responsabilidad social.

Tema:			
Sub-tema:			Etapa
Indicador:			
Comentarios sobre el Resultado	Relatos de Evidencias	Recomendaciones y Encaminamientos	Evaluación de la Práctica
			Punto Fuerte:
			Oportunidades de Mejora:
			Máxima Prioridad:
			Media Prioridad:
			Baja Prioridad:

2. Banco de Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial

El Instituto Ethos está lanzando el Banco de Prácticas de Responsabilidad Social con el objetivo de crear un centro de documentación y referencia de las acciones desarrolladas por las empresas en responsabilidad social. Todos los casos poseen una estructura de llenado para facilitar la comprensión, comparación y búsqueda en el banco de datos. Entendemos que la organización de las informaciones en la estructura de un caso hace que las empresas visualicen cuestiones fundamentales, como por ejemplo los objetivos y resultados alcanzados, que enriquecen el diagnóstico propuesto por los Indicadores Ethos. Sugerimos que las empresas aprovechen la estructura de los casos del Banco de Prácticas para que analicen sus prácticas con mayor profundidad. Pedimos también para que nos envíen casos sobre los indicadores que han identificado una performance satisfactoria y/o una práctica interesante a ser divulgada. Para mayores informaciones y envío de casos, entre en contacto a través de la dirección electrónica praticas@ethos.org.br

Estructura de llenado de casos del Banco de Prácticas

Cada caso se refiere específicamente a una práctica evaluada por un Indicador Ethos. Deberá tener un máximo de 3 páginas (entre 500 y 1.500 palabras) y seguir el rotero descrito abajo:

Logotipo de la Empresa: _____

Nombre de la Holding/Grupo: _____

Nombre de la Empresa/Unidad de Negocios: _____

Sector: _____

Lugar (donde la práctica ha sido aplicada: en el caso de un único lugar especificar la ciudad y el Estado; en el caso de varios lugares caracterizar como Ámbito Nacional o Ámbito Internacional): _____

Título: _____

Descripción de la práctica

Describa la práctica presentando los siguientes elementos:

- Sus características generales e innovadoras;
- Sus principales objetivos;
- Las principales categorías de personas que participan directamente de la práctica;
- Cómo la práctica ha sido/está siendo planificada, desarrollada y comunicada interna y externamente;
- Cuándo ha sido iniciada, principales etapas cubiertas y estagio actual.

Sugerencias de Llenado

Resultados

Describa los principales resultados alcanzados, teniendo en mente los objetivos originales y - si fuera el caso - otros resultados no previstos, considerando resultados positivos para el consumidor y para el fortalecimiento de la marca de la empresa;

- Financieros; relativos a la mejora de productos y servicios; relativos a la productividad y competitividad; relativos a la calidad de vida y satisfacción de los empleados; relativos a la mejora del patrón de gestión de los proveedores; positivos para la sociedad; entre otros.
- Los resultados pueden ser tangibles o intangibles, y si es posible ilustrados con datos;
- Ellos deben indicar los principales beneficiarios, incluyendo la empresa.

Motivaciones

Describa los factores internos y/o externos que han llevado a la empresa a adoptar la práctica.

Aprendizajes

- Factores de éxito:

Descripción de los elementos determinantes para el éxito de la práctica

- Desafíos:

Descripción de los principales problemas y desafíos encontrados por la empresa en la implementación de la práctica explicando las soluciones encontradas.

Indicaciones para la Respuesta

- Describir el tipo de recursos involucrados por la empresa en la implementación de la práctica (financieros, humanos, materiales, técnicos y tecnológicos).
- Describir cómo estos recursos son movilizados y aplicados.
- Describir la relación costo beneficio considerando las inversiones realizadas y el costeo de la práctica, presentando, si es posible, datos numéricos.

Contacto

Identificar a la persona responsable por la práctica y disponible para futuras informaciones:

Área: _____

Nombre: _____

Cargo: _____

Teléfono: _____

e-mail: _____

website: _____

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

www.ethos.org.br

