

Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro y Pequeñas Empresas

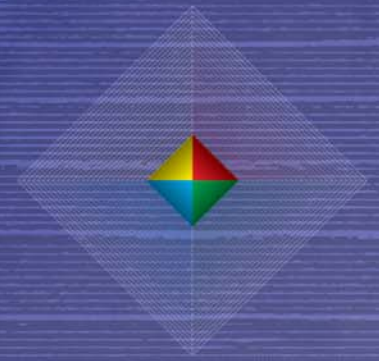
2006

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)

INSTITUTO
ETHOS

SEBRAE



Indicadores Ethos–Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro y Pequeñas Empresas versión 2006

**Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)**

INSTITUTO
ETHOS
EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY



Indicadores Ethos–Sebrae de Responsabilidad Social para Micro y Pequeñas Empresas es una publicación de los realizadores que está disponible gratuitamente.

Realización

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

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

05414-020 - Pinheiros, São Paulo, SP

Tel: (11) 3897.2400

Fax.: (11) 3897.2424

E-mail: atendimento@ethos.org.br

Visite nuestro sitio: www.ethos.org.br

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)

SEPN Quadra 515, bloco C, loja 32, 70770-900, Brasília, DF

Tel: (61) 3348.7100

www.sebrae.com.br

Investigación y Desarrollo (versión original)

Benjamin S. Gonçalves, Carmen Weingrill, Edna Arantes, Evandro Manzano, Gláucia Terreo, José Adolfo Ramos da Conceição, José Otávio Knaack Jr., Karen Sitta, Leno F. Silva, Lucía María Enout Mendonça, Marcia Mello, Oscar Ferreira da Silva Jr., Nelmara Arbex, Paulo Itacarambi, Roberta Paro, SRC Design, Telma Moretti.

Coordinación de la Revisión 2006

Renato Moya, Gláucia Terreo y Ana Lucia de Melo Custodio – Equipo del Instituto Ethos: Luciana de Souza Aguiar, Maria Cristina Bumachar Carvalho (captación), Paulo Itacarambi, Tarcila Reis Ursini, Patrícia de Caires Sogayar, Carla Stoicov Oliveira, Fabiola da Motta Calazans, Gustavo Baraldi, John Butcher y Tereza Cristina de Almeida Rosa.

Participantes Externos de la Revisión 2006

Lucia Maria Enout Mendonça (Sebrae), Luiz Carlos de Macedo, Roberta Cardoso, Vandrea Freira (Centro de Excelencia en el al por Menor de FGV-EAESP), Marcia Hirata (Apoena Social), Leonardo Gloor (Fundación Belgo-Arcelor Brasil) Telma Moretti y Homero Santos.

Patrocinio

Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (Abradee), CPFL Energia, Natura, Petrobrás, Sesi-SC, Samarco, Ripasa y Banco Itaú SA.

Proyecto gráfico y edición de arte

Planeta Terra Design

Todos los derechos están reservados.

Se permite la reproducción, con previa autorización por escrito del Instituto Ethos, siempre y cuando se atribuya el crédito al Instituto Ethos, que lo pone a disposición gratis.

Junio de 2006.

Aclaraciones importantes sobre las actividades del Instituto Ethos

1. El trabajo de orientación a las empresas es voluntario, sin que haya ninguna cobranza o remuneración.
2. No hacemos consultoría y no habilitamos ni autorizamos a profesionales a ofrecer ningún tipo de servicio en nuestro nombre.
3. No somos una entidad certificadora de responsabilidad social ni suministramos un "sello" con esa función.
4. No permitimos que ninguna entidad o empresa (asociada o no) use la logomarca del Instituto Ethos sin nuestro consentimiento previo y con la expresa autorización por escrito. Para aclarar dudas o consultarnos sobre las actividades del Instituto Ethos, entre en contacto con nosotros, por favor, por el servicio "Hable con Nosotros", del sitio www.ethos.org.br

Índice

Presentación

Definición de Micro y Pequeñas Empresas	iv
Reflexión inicial	iv
Estructura del Cuestionario	vii
Instrucciones para Llenar los Indicadores Ethos–Sebrae de Responsabilidad Social Empresarial	xi

Indicadores Ethos–Sebrae de Responsabilidad Social Empresarial para Micro y Pequeñas Empresas

1. Valores, Transparencia y Gobernanza	1
2. Público Interno	6
3. Medio Ambiente	14
4. Proveedores	17
5. Consumidores y Clientes	21
6. Comunidad	26
7. Gobierno y Sociedad	33

Presentación

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema que está presente en la agenda de las empresas en Brasil y en el mundo. Hoy vivimos en una economía muy compleja, en la cual las empresas se están reorganizando, revisando sus conceptos y sus prácticas, para que puedan enfrentar con ética y transparencia los retos de un mercado cada vez más competitivo y, al mismo tiempo, atender las crecientes demandas de la sociedad. En ese nuevo contexto, las empresas, independientemente del porte y del sector, deben invertir en la calidad de la relación cotidiana que establecen con sus diversos públicos y participar en un esfuerzo conjunto de desarrollo social y ambiental, aunado a lo económico.

En el año 2003, el Instituto Ethos y Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, con el objeto de incentivar y contribuir para que la RSE se incorporase al universo de las micro y pequeñas empresas, desarrollaron dos publicaciones: Herramienta de Autoevaluación y Planificación – Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro y Pequeñas Empresas – y Responsabilidad Social Empresarial para Micro y Pequeñas Empresas – Paso a Paso. Esas publicaciones forman un conjunto de herramientas de gestión para micro y pequeñas empresas y están disponibles para download gratuito en www.ethos.org.br y www.sebrae.com.br.

Los Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro y Pequeñas Empresas – versión 2006 constituyen la revisión del contenido original de 2003, adaptado para aplicación en el mismo software para llenar los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial. Esa adaptación responde a las muchas micro y pequeñas empresas que desean contestar los Indicadores Ethos en el formato electrónico y que tienen dificultad en ese proceso.

El Instituto Ethos considera que la absorción de estos conceptos por parte de los micro y pequeños empresarios puede provocar un fuerte impacto en la economía y en la sociedad brasileña. A fin de cuentas, esas empresas emplean a 14,6 millones de los 31,5 millones de trabajadores que están registrados en el país.¹

Las micro y pequeñas empresas han demostrado que pueden responder con acciones efectivas a las nuevas exigencias y necesidades del mercado. Crece, también, entre esos emprendedores, la consciencia de que la gestión socialmente responsable es la nueva manera de administrar los negocios y de tomar decisiones, lo que seguramente contribuirá para la diseminación de nuevos valores para la sociedad, la promoción de la equidad social, la sustentabilidad ambiental y la construcción de un país mejor.

¹Datos presentados en la Lista Anual de Informaciones Sociales – RAIS del Ministerio de Trabajo (2004).

Definición de Micro y Pequeñas Empresas

En esta publicación se adoptó la definición de micro y pequeñas empresas que usa el Sebrae. El concepto se define dependiendo del número de personas ocupadas en las empresas, según los siguientes números:

Microempresa:

1. en la industria y construcción:
hasta 19 personas ocupadas
2. en el comercio y servicios:
hasta 9 personas ocupadas

Pequeña empresa:

1. en la industria y construcción:
de 20 a 99 personas ocupadas
2. en el comercio y servicios:
de 10 a 49 personas ocupadas.

Reflexión Inicial

“Responsabilidad social empresarial es la forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenido de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.”

Hasta hace poco, la competitividad se basaba en dos grandes vertientes: precio y calidad. Actualmente, el mercado está incorporando un nuevo factor de competitividad: la CALIDAD DE LAS RELACIONES.

¿Pero qué son relaciones de calidad? Son relaciones éticas y transparentes que agregan valor a todas las partes involucradas. Para alcanzar ese objeto es

necesario que se mantenga un diálogo franco y justo con todos aquellos que participan en el cotidiano de su negocio, es decir, sus empleados, proveedores, clientes, competidores, autoridades de su ciudad, de su estado y de su país, los vecinos de su empresa, etc. De esa manera, todos sabrán qué pueden y deben esperar de su empresa, así como qué espera su empresa de cada uno, en términos de relación y actuación. La calidad de las relaciones se puede evaluar

y podemos tener acciones planificadas para perfeccionarlas independientemente del porte y del sector de la empresa. Para que las micro y pequeñas empresas puedan evaluar estas relaciones, se desarrollaron los *Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidad Social Empresarial para Micro y Pequeñas Empresas*, que abordaremos en esta publicación. La responsabilidad social empresarial sólo se integrará a la forma de

administrar su empresa si, ante todo, usted conoce el nuevo ambiente de negocios que se diseñó y en el cual usted y su empresa necesitan convivir. Es en ese nuevo ambiente que usted deberá planear sus negocios futuros.

Con el intuito de empezar la reflexión sobre ese tema, nos gustaría que usted indicara la alternativa que mejor refleja la verdad sobre su empresa.

1. Sobre responsabilidad social empresarial:

- a. Es el primer contacto que tengo con ese tema.
- b. Tengo pocos conocimientos.
- c. Estoy buscando ampliar los conocimientos que tengo.

2. En lo que se refiere a las obligaciones legales, mi empresa:

- a. Es inviable que cumpla las normas y obligaciones legales.
- b. Cumple la mayoría de las normas y obligaciones legales.
- c. Tiene las normas y obligaciones legales como prioridad.

3. Ética, para mí, es:

- a. Un concepto aún abstracto.
- b. Fácil de entender, pero difícil de aplicar.
- c. La base de la fundamentación de la relación humana.

4. Respecto a la forma de tratar a las personas en mi empresa:

- a. Trato a cada uno como merece que lo trate.
- b. Intento tratar a todos de la misma manera para no generar conflictos.
- c. Intento identificar las necesidades de cada empleado y atenderlas siempre que es posible.

5. Sobre el medio ambiente:

- a. Difícilmente pienso sobre eso.
- b. Me preocupo con eso, pero no hago nada al respecto.
- c. Intento respetar el medio ambiente e incentivar a los otros a que hagan lo mismo, con soluciones prácticas.

6. Cuando me relaciono con mis proveedores:

- a. Constantemente tengo conflictos y siempre me siento perjudicado.
- b. Tengo una relación amigable.
- c. Busco proveedores que sean mis aliados, que tengan principios similares a los míos y que contribuyan para mi negocio.

7. Respecto a mis clientes o consumidores:

- a. Los cliente son importantes, pero es imposible agradarlos.
- b. Busco considerar a los clientes al tomar mis decisiones.
- c. Trato a mis clientes como me gustaría que me trataran mis proveedores.

8. Si yo pudiera oír lo que dicen las personas de la comunidad sobre mi empresa, seguramente sería una de estas frases:

- a. "¡Ojalá que ellos progresen mucho y se muden a otro lugar!"
- b. "¡José! Avisame si van a contratar a alguien en la empresa que trabajas.
- c. "¡Todo ha mejorado mucho después que llegó (...) aquí!"

9. En periodos de elecciones, en mi empresa:

- a. Está prohibido discutir política... ¡Ya bastan los líos por el fútbol!
- b. Las personas tienen libertad para divulgar panfletos de los candidatos que quieran.
- c. Trato de concienciar a los empleados y a la comunidad sobre la importancia del voto y, cuando es posible, organizamos debates sobre ese tema.

Ese cuestionario inicial es un ejercicio para que empecemos a entender que la responsabilidad social empresarial tendrá reflejos en las varias relaciones de la empresa, en sus **VALORES**, en la **TRANSPARENCIA** con la que ella sus obligaciones, incluso las que se refieren a la **GOBERNANZA**, en la forma como trata a sus empleados, es decir, a su **PÚBLICO INTERNO**, en la forma como trata el planeta, nuestro **MEDIO AMBIENTE**, en el tipo de relación que tiene con sus **PROVEEDORES**, **CONSUMIDORES** y **CLIENTES**, en el tipo de relación que busca tener con sus vecinos, su ciudad, es decir, con la **COMUNIDAD** a la cual pertenece y, finalmente, en el tipo de contribución que ofrece al influenciar en el **GOBIERNO** y en la **SOCIEDAD**. Esos son los temas que estarán representados en la herramienta que hemos elaborado.

Si contestó a todas las cuestiones con la letra "c", su empresa y usted ya caminaron bastante rumbo a la responsabilidad social empresarial (es probable que no lo sepa) y ese instrumento lo va a ayudar a acortar ese camino. Si usted contestó con las letras "a" y "b", pero le gustaría haber contestado con la letra "c", usted ya está reflexionando sobre la RSE, y esos indicadores podrán ayudarlo a encontrar los medios para tratar ese tema. Sin embargo, si usted cree firmemente que la letra "a" siempre es la mejor respuesta, le recomendamos que, además de contestar las cuestiones que figuran a continuación, se informe sobre el nuevo contexto del mundo de los negocios

en el cual estamos insertados. Una sugerencia para lograrlo es conocer los materiales que han publicado el Instituto Ethos y Sebrae. Entre en contacto con estas instituciones para obtener mayores informaciones.

Si su empresa ya está familiarizada con el tema de la responsabilidad social empresarial, una mirada más detallada sobre las prácticas que se vienen adoptando y una planificación orientada hacia la mejora y el perfeccionamiento de las acciones empresariales podrán ayudarlo a evolucionar más rápido. Como sabemos, la planificación aborda las decisiones que debemos tomar **hoy** para que alcancemos mañana el resultado deseado e indica las acciones que deben ocurrir dentro de un periodo de tiempo para que podamos alcanzar nuestro objetivo.

Si su empresa está empezando a tener contacto con este tema, los Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidad Social Empresarial lo ayudarán a implantar una administración volcada a la mejora de la calidad de las relaciones de la empresa con sus diversos públicos, además de hacer que reflexione sobre los principales aspectos a considerar (y a lo mejor, modificar) en ese nuevo contexto. En ese momento, lo principal será invitar a personas a opinar, a participar en esa discusión, reunir informaciones y definir los valores que conducirán los negocios y la postura de los empleados de la empresa.

Estructura del Cuestionario

Valores, Transparencia y Gobernanza

Indicador 1 | Compromisos Éticos

A empresa posee documento escrito que explique cuál es su comportamiento identificable por ella en que se refiere a relaciones personales y comerciales?

1.1. ¿siempre? SIEMPRE SI A veces NUNCA

1.2. ¿siempre? SIEMPRE SI A veces NUNCA

1.3. ¿siempre? SIEMPRE SI A veces NUNCA

1.4. ¿siempre? SIEMPRE SI A veces NUNCA

1.5. ¿siempre? SIEMPRE SI A veces NUNCA

16. Indicar a través de partes interesadas emisoras en relación a medio de documento (integridad, confiabilidad, honorabilidad, conducta general)

	2014	2015	2016
1.1. ¿siempre?			
1.2. ¿siempre?			
1.3. ¿siempre?			
1.4. ¿siempre?			
1.5. ¿siempre?			

¿ que hacer

Indicador	Respuesta para el Emisor	Respuesta para el Proveedor
Indicador 1.1		
Indicador 1.2		
Indicador 1.3		
Indicador 1.4		
Indicador 1.5		

Verificación de datos: Este formulario es propiedad de CENSA, S.A. - Calle 100 No. 100-100, Bogotá, Colombia. Todos los datos son confidenciales y no deben ser divulgados.

Tema

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

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

Valores, Transparencia y Gobernanza

Indicador 1 | Compromisos Éticos

A empresa posee documento escrito que explique cuál es su comportamiento identificable por ella en que se refiere a relaciones personales y comerciales?

1.1. ¿siempre? SIEMPRE SI A veces NUNCA

1.2. ¿siempre? SIEMPRE SI A veces NUNCA

1.3. ¿siempre? SIEMPRE SI A veces NUNCA

1.4. ¿siempre? SIEMPRE SI A veces NUNCA

1.5. ¿siempre? SIEMPRE SI A veces NUNCA

16. Indicar a través de partes interesadas emisoras en relación a medio de documento (integridad, confiabilidad, honorabilidad, conducta general)

	2014	2015	2016
1.1. ¿siempre?			
1.2. ¿siempre?			
1.3. ¿siempre?			
1.4. ¿siempre?			
1.5. ¿siempre?			

¿ que hacer

Indicador	Respuesta para el Emisor	Respuesta para el Proveedor
Indicador 1.1		
Indicador 1.2		
Indicador 1.3		
Indicador 1.4		
Indicador 1.5		

Verificación de datos: Este formulario es propiedad de CENSA, S.A. - Calle 100 No. 100-100, Bogotá, Colombia. Todos los datos son confidenciales y no deben ser divulgados.

Indicador

Estos temas están divididos en 36 indicadores. Cada indicador posee la siguiente estructura:

Pregunta Clave

Esta pregunta propone la reflexión sobre el nivel de adecuación de una determinada práctica en la gestión de la empresa, con 5 opciones de respuesta:

1. *no*: cuando la situación retractada no forma parte de la práctica de la empresa.
2. *en parte*: cuando sólo algunos factores que se retractaron en la situación forman parte del cotidiano de la empresa.
3. *en gran parte*: cuando la situación refleja una condición cercana a la realidad de la empresa.
4. *sí*: cuando la situación descrita forma parte integral de la realidad de la empresa.
5. *no consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)*: el tema de este indicador no se aplica a la realidad de la empresa.

Al contestar "no" y "no consideramos su aplicación en nuestra empresa", las demás preguntas del indicador se considerarán como no aplicables.

Preguntas Binarias

(sí o no) – estas preguntas están relacionadas al tema que se trata en la Pregunta Clave. Contiene elementos de validación y profundización sobre el tema y contribuyen para la comprensión de las prácticas que se deben incorporar a la gestión de los negocios.

Además de las opciones "sí" y "no", también está la opción "no se aplica" para preguntas que no se aplican a la realidad de la empresa.

Estas preguntas se deben llenar obligatoriamente, excepto en los casos en que la Pregunta Clave correspondiente no se aplica a la realidad de la empresa.

Preguntas Cuantitativas

No todos los indicadores presentan este tipo de pregunta, sin embargo, para aquellos que lo presentan, los datos que se contestan también se deben llenar obligatoriamente, excepto en los casos en que el indicador no se aplica a la realidad de la empresa. Esos indicadores serán útiles en el monitoreo interno de la empresa.

Espacio para hacer anotaciones referentes a la planificación

Es el espacio reservado para anotaciones sobre las formas adecuadas para que la empresa llegue a la situación que se aborda en el indicador. Llenar este espacio dependerá de la discusión que lleve a cabo el grupo que está llenando el cuestionario. Se puede concluir que se deben realizar algunas acciones:

1. Inmediatamente

Es decir, son acciones de fácil implantación, cuyos recursos necesarios están disponibles y sólo dependen de un cambio de postura de la empresa;

2. Tras alguna planificación

Es decir, el grupo sabe que la empresa puede llevar a cabo las acciones, pero existen factores que se deben tomar en consideración para que ello pueda ocurrir;

3. Tras obtener informaciones

Es decir, el grupo no posee todas las informaciones que son necesarias para planificar acciones relacionadas a ese tema. Tiene que investigar con otras personas/empresas/organizaciones los datos sobre la situación, o profundizar más ese tema para poder asumir una posición;

4. No en ese momento porque consideramos que no se pueda hacer algo

Es decir, el grupo considera que es imposible adecuarse a aquella afirmación. La justificativa sobre el porqué trata de profundizar la reflexión y disipar posibles resistencias al tema. De esa manera, en el futuro se pueden "atacar" los motivos de la imposibilidad o buscar ayuda para solucionarlos.

Se pueden anotar, para un mismo indicador, aspectos que se pueden implantar inmediatamente y otros que necesitan informaciones para su ejecución. En esos espacios, además de las acciones, se deberán anotar los nombres de los responsables por sus implementaciones y los plazos que se establecieron para alcanzar tales objetivos.

Instrucciones para Llenar los Indicadores

Ethos–Sebrae de Responsabilidad Social Empresarial

Orientaciones Generales

A continuación, sugerimos una forma para usar esta herramienta, contestando algunas preguntas que podrán ayudarlo en ese proceso:

1. ¿Quién debe liderar ese proceso?

Recomendamos que el propietario o socio de la empresa adopte ese proceso. Un empleado puede sugerir la reflexión sobre ese tema o un grupo de empleados, pero el apoyo y la involucración del "dueño del negocio" serán esenciales cuando surjan puntos polémicos o conflictos dentro del equipo. Así, aunque haya una delegación en la conducción de las actividades del proceso, la complicitad y las ganas de "hacerlo de hecho" del propietario de la empresa serán fundamentales.

2) ¿Quién debe participar en esa evaluación?

Depende del número de empleados y de la disponibilidad que se tenga dentro de la empresa. Indicamos que estén representadas en el llenado de la herramienta todas las partes interesadas de la vida empresarial (socios, empleados, clientes, proveedores), haciendo más completo el análisis.

Sin embargo, si no es viable esa forma, el análisis por parte del personal interno puede ser bastante productivo. Si la empresa tiene un número pequeño de empleados (hasta 10, por ejemplo) y todos pueden opinar en ese

proceso, creemos que la implantación se hace más fácil y el análisis más representativo.

En empresas con un número más grande de empleados será adecuado optar por un grupo que represente los varios aspectos de la empresa (empleados administrativos, de producción, de atención, de liderazgo, propietarios, etc.). Con la madurez del proceso, la integración de los diversos públicos interesados, como proveedores, clientes, miembros de la comunidad, etc., complementaría el análisis y agregaría una visión externa a la empresa.

3) ¿Por dónde empezar?

Vea, a continuación, las acciones que se deben desarrollar al principio:

- a. divulgar en la empresa los conceptos de responsabilidad social empresarial y los objetivos de la utilización de la herramienta;
- b. indicarles a los empleados un responsable por aclarar e investigar y al cual deberán enviarle las dudas que puedan surgir sobre ese tema. Lo denominaremos en esta publicación Líder del Proceso;
- c. definir quién participará en el llenado de la herramienta;
- d. marcar fechas para llenar la herramienta y el tiempo que se reserva para esa actividad. Se puede contestar, por ejemplo, un tema por día.

4. ¿Cómo enviar el proceso?

Tras la divulgación de los conceptos, de la elección del Líder del Proceso y de la definición de llenado de la herramienta, otras providencias serán productivas:

- a. Elija un redactor para las discusiones, es decir, alguien que se encargue de anotar lo que se discute, comenta o combine.
- b. Otra figura necesaria será el facilitador: alguien que colabore en el proceso asegurando que todos los participantes expongan sus opiniones (y sean oídos); que las discusiones no tengan carácter personal y que el foco se centre en la empresa como un todo; que no haya desvíos del tema que se discute y, principalmente, que las divergencias explicitadas sirvan para ampliar y aportar nuevas formas de abordar el tema que se discute. El Líder del Proceso podrá incumbirse de ese papel, si tiene el perfil.
- c. Otro paso importante (que el socio/propietario de la empresa debe abordar) es la sinceridad con que se debe tratar el tema. El emprendedor debe dejar claro que todas las empresas tienen puntos que se pueden mejorar y que eso es lo que se busca con esa herramienta. El ambiente tiene que estar libre del "miedo de retaliaciones" por opiniones desfavorables a la empresa. Se debe garantizar que los participantes puedan expresar sus verdaderas opiniones, ya que se trata de un proceso constructivo.
- d. Tras el término de los trabajos, los resultados se presentarán a todos los empleados de la empresa. A todos les corresponde dar su contribución y sugerir acciones para que se alcancen las metas establecidas.

5. ¿Cómo preparar las informaciones presentadas para incluirlas en la planificación de la empresa?

La ejecución adecuada y completa de las etapas descritas anteriormente resultarán en el comienzo de la planificación. Es el momento de usar las anotaciones del redactor y todas las informaciones apuntadas al final de cada indicador.

Se recomienda dar continuidad a la planeación considerando las acciones que se sugieren en la planificación global de la empresa.

Si el propietario/socio de la empresa participó totalmente en esas actividades, entendemos que está concluida la planificación. Si la situación no es esa, es necesaria una presentación del resultado de la planificación con el objetivo no sólo de aprobar el plan, sino principalmente de conseguir el comprometimiento del(de los) dueño(s) del negocio.

6. Nuestra sugerencia para el manejo:

Sugerimos que proceda imprimir el texto de los Indicadores - páginas 1 a 36 de este documento - y juntar las hojas en una carpeta o fichero. Utilice papel carta. De esa manera, se facilitará el monitoreo de las acciones planeadas, así como el acceso de más personas al documento.



Envío de las Respuestas y Recepción del Informe Diagnóstico

El Instituto Ethos desarrolló un software por medio del cual la empresa podrá contestar el cuestionario en el ritmo que le parezca conveniente y enviar sus respuestas por Internet directamente al sistema de procesamiento.

Para lograrlo, la empresa debe acceder al área exclusiva de los Indicadores Ethos de RSE, en el sitio del Instituto Ethos (www.ethos.org.br), y descargar el archivo ejecutable Indicadores Ethos de RSE – 2006. Al llenar el registro de la empresa e informar el número de empleados, el software identificará la empresa como una micro o pequeña empresa y habilitará el sistema para que la empresa tenga acceso al cuestionario. También estará disponible un atajo para esta dirección en www.sebrae.com.br.

Después de llenar y enviar el cuestionario, la empresa recibirá su informe de diagnóstico de RSE, que se colocará a disposición de cada una de las empresas que contestaron el cuestionario. El informe estará disponible en el área restringida de la empresa según la fecha que el Instituto Ethos lo divulgue.

Indicadores Ethos Sectoriales

Con el objeto de darles a las empresas la posibilidad de un autodiagnóstico más preciso y profundizado, el Instituto Ethos viene desarrollando desde 1999 indicadores específicos, que abarcan dilemas y peculiaridades de cada sector empresarial. Esos indicadores son complementarios a los Indicadores Ethos de RSE generales y posibilitan que la empresa evalúe las oportunidades y retos típicos de su sector de actuación. Para una mayor legitimidad y compromiso de las empresas en este trabajo, el Instituto Ethos trata de hacerlo en alianza

con entidades que representan nacionalmente a los sectores.

Los sectores que ya contemplados con indicadores propios son los siguientes: distribución de energía eléctrica, desarrollado por primera vez en 1999; panificación y restaurantes y bares, en 2002; financiero, minería y papel y celulosa, en 2003; transporte de pasajeros terrestres, petróleo y gas, construcción civil y ventas al menudeo y mayoreo, en 2005. En 2006 se desarrollarán los indicadores del sector de la siderurgia y azúcar y alcohol.

Si su empresa actúa en uno de esos sectores, visite el área Autodiagnóstico Sectorial, en la página Indicadores Ethos de RSE del sitio www.ethos.org.br, conozca los cuestionarios y obtenga informaciones detalladas sobre la aplicación de esos indicadores sectoriales.

Para llenar la versión sectorial de los Indicadores Ethos, por software, tiene que haber llenado la versión de los Indicadores Ethos-Sebrae de RSE común a esas empresas.

Las empresas y entidades empresariales de los demás sectores que tengan interés en desarrollar indicadores propios deben entrar en contacto con el Instituto Ethos por el e-mail indicadores@ethos.org.br.

Banco de Prácticas

Ya en la etapa de proceso de aplicación de los Indicadores, las organizaciones que consideren haber alcanzado el mejor desempeño respecto a alguno de los indicadores, son invitadas a relatar sus prácticas al Banco de Prácticas Benchmarking Indicadores Ethos, que es un centro virtual de referencia en responsabilidad social empresarial. Se trata de un proceso utilizado en los Indicadores Ethos de RSE y que ahora también se aplicará a los Indicadores Ethos-Sebrae de RSE.

El objeto del Banco de Prácticas es estimular el intercambio de ideas y experiencias de forma sistemática y actualizada por medio de ejemplos de cómo trabajan las empresas los distintos aspectos de la responsabilidad social empresarial. Aconsejamos que las micro y pequeñas empresas consulten tales prácticas para fortalecer el ejercicio de reflexión y las adapten a sus realidades.

Glosario de Conceptos y Definiciones

Un glosario de conceptos y definiciones está en el área exclusiva de los Indicadores Ethos de RSE, en el sitio del Instituto Ethos, con el objeto de aclarar los términos más relevantes para la comprensión de las cuestiones que se presentan en cada indicador, facilitando así el llenado del cuestionario.

Contáctenos

Para obtener informaciones específicas sobre los Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidad Social Empresarial entre en contacto con el Instituto Ethos por el e-mail: indicadores@ethos.org.br.

Indicador 1

Compromisos Éticos

¿Posee la empresa un documento escrito que aclare qué comportamientos incentiva en lo que se refiere a las relaciones personales y comerciales?²

 SÍ

 EN GRAN PARTE

 EN PARTE

 NO

 No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

¿Ese documento es de amplio conocimiento de sus:

	SI	NO	NA
1.1. empleados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2. clientes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3. proveedores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4. comunidad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5. ¿La empresa busca hacer que sus partes interesadas (empleados, clientes, proveedores, comunidad) participen en la elaboración y revisión de ese documento?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	2004	2005	2006
1.6. Indique el número de partes interesadas involucradas en la elaboración y revisión del documento (empleados, comunidad, proveedores, clientes, gobierno):			

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

²Vea la publicación del Instituto Ethos *Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas – Reflexões e Sugestões* (agosto 2000), disponible para download gratuito en www.ethos.org.br

Indicador 3 | Prácticas Anticorrupción

¿La empresa, en su acción, contempla de alguna forma la manera de relación ética y transparente con el gobierno? (Por ejemplo: prohibiendo el Caja B, estafas, explicitando transparencia en los registros en general y en los balances).	<input type="checkbox"/> SÍ
	<input type="checkbox"/> EN GRAN PARTE
	<input type="checkbox"/> EN PARTE
	<input type="checkbox"/> NO
	<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

	SI	NO	NA
3.1. ¿Existe, en algún documento escrito y que se haya divulgado a los empleados, informaciones sobre cómo los empleados se deben relacionar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
tras alguna planificación	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
tras obter mejores informaciones	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
No consideramos que se pueda hacer algo, porque				

Indicador 4

Balance Social

¿La empresa tiene informaciones sobre el balance social?³

 SÍ

 EN GRAN PARTE

 EN PARTE

 NO

 No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

	SI	NO	NA
4.1. ¿La empresa considera ese instrumento puede ayudarla a medir el impacto de sus operaciones sobre las personas y el medio ambiente y a divulgar sus compromisos futuros en relación a esos temas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2. ¿La empresa elabora su balance social?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿La empresa divulga su balance social (en murales, lugares de gran circulación, periódico del barrio, etc.) a:			
4.3. su público interno?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4. sus consumidores y clientes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.5. sus proveedores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.6. la comunidad de entorno?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Prazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Prazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Prazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

³Vea Guia de Elaboração do Balanço Social, 2006, disponível para download en www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/guia_relatorio/default.htm. Consulte también: www.balancosocial.org.br

Indicador 5 | Gobernanza Corporativa

¿Hace la empresa una separación clara entre los negocios del propietario y los de la organización (incluso en cuestiones relacionadas a la responsabilidad social y a donaciones)?⁴

<input type="checkbox"/> SÍ
<input type="checkbox"/> EN GRAN PARTE
<input type="checkbox"/> EN PARTE
<input type="checkbox"/> NO
<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

	SI	NO	NA
5.1. ¿Tiene claro el empresario cuál es la diferencia entre sus negocios particulares y los negocios de la empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:			
inmediatamente	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>			
tras alguna planificación	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>			
tras obter mejores informaciones	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>			
No consideramos que se pueda hacer algo, porque			
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>			

⁴Se trata de una discusión que le corresponde a la Gobernanza corporativa de la empresa, independientemente de su tamaño. Para obtener más informaciones sobre ese tema, vea el sitio www.ibgc.org.br.

Indicador 6 | Cuidados con la Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo

¿La empresa se preocupa en ofrecerles a sus empleados un ambiente físico agradable y seguro, busca incentivar los cuidados con la higiene y salud y está abierta a críticas y sugerencias relativas a esos aspectos, además de cumplir las obligaciones determinadas por ley?

SÍ
 EN GRAN PARTE
 EN PARTE
 NO
 No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

La empresa:	SI	NO	NA
6.1. ¿abolió el cigarro en áreas de trabajo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2. ¿incentiva a los empleados a que practiquen actividades físicas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.3. ¿orienta a los empleados en lo que se refiere a los cuidados con la postura corporal durante las actividades profesionales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.4. ¿ofrece instalaciones en buenas condiciones de uso?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.5. ¿suministra equipo de protección individual (EPI – Equipo de Protección Individual – por ejemplo: lentes, casco, protector auditivo)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.6. ¿orienta e incentiva el uso de EPIs?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente	Responsable de la implementación de la acción	Prazo para alcanzar el objetivo	/	/
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>				
tras alguna planificación	Responsable de la implementación de la acción	Prazo para alcanzar el objetivo	/	/
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>				
tras obter mejores informaciones	Responsable de la implementación de la acción	Prazo para alcanzar el objetivo	/	/
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>				
No consideramos que se pueda hacer algo, porque				
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>				

Indicador 8 | Criterios de Contratación

¿Divulga la empresa, en la contratación de profesionales, los criterios objetivos que va a usar en la selección de los candidatos (como escolaridad, tiempo de experiencia y conocimientos exigidos)?	<input type="checkbox"/> SÍ
	<input type="checkbox"/> EN GRAN PARTE
	<input type="checkbox"/> EN PARTE
	<input type="checkbox"/> NO
	<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

	SI	NO	NA
8.1. ¿La empresa, en sus contrataciones, busca dar prioridad al aprovechamiento de empleados internos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:			
inmediatamente	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
tras alguna planificación	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
tras obter mejores informaciones	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
No consideramos que se pueda hacer algo, porque			

Indicador 9

Valoración de la Diversidad y Promoción de la Equidad

¿Los criterios para selección de personal están exentos de prácticas discriminatorias en relación a cualesquiera de los siguientes temas: género, raza, orientación sexual, edad y creencias religiosas o políticas, así como a personas con discapacidades?⁵

 SÍ

 EN GRAN PARTE

 EN PARTE

 NO

 No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

	SI	NO	NA
9.1. ¿Al divulgar la existencia de plazas, la empresa no usa términos como "edad máxima 40 años", "buena apariencia", "sexo masculino", "sexo femenino", etc?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

La empresa:

9.2. ¿ofrece oportunidades de trabajo a exproisioneros? ⁶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.3. ¿mantiene un programa especial para la contratación de personas mayores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.4. ¿coloca a disposición vacancias para programas y actividades que tienen como objeto fortalecer los derechos de los adolescentes? ⁷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Porcentuales en relación al total de colaboradores:	2004	2005	2006
9.5. mujeres:			
9.6. hombres:			
9.7. indígenas:			
9.8. negros (negros y pardos):			
9.9. colaboradores con más de 45 años:			
9.10. personas con discapacidad:			

Que hacer:

inmediatamente	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
<hr/>				
<hr/>				
tras alguna planificación	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
<hr/>				
<hr/>				
tras obter mejores informaciones	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
<hr/>				
<hr/>				
No consideramos que se pueda hacer algo, porque				
<hr/>				
<hr/>				

⁵Vea las publicaciones del Instituto Ethos Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade, O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher, Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmitivas, Pesquisa 2006 y O Que as Empresas Podem Fazer pela Inclusão das Pessoas com Deficiência, O Compromisso das Empresas com a Promoção da Igualdade Racial, disponibles para download gratuito en www.ethos.org.br.

⁶Vea el manual del Instituto Ethos O Que as Empresas Podem Fazer pela Reabilitação do Preso, disponible para download gratuito en www.ethos.org.br.

⁷Todas las empresas de porte medio y grande deben contratar aprendices en número equivalente a, como mínimo, el 5% y como máximo, el 15% 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. Obtenga más informaciones en www.leidoaprendiz.org.br.

Indicador 10 | Inclusión de Discapacitados

La inclusión de personas con discapacidad en el mercado de trabajo y consumo es creciente. ¿Las dependencias de la empresa tienen recursos que facilitan el desplazamiento y la convivencia de personas con discapacidades motora, auditiva y visual (por ejemplo: rampas, avisos de seguridad en braille, señales luminosas y sonoras en áreas de circulación de vehículos o máquinas, etc.)?

<input type="checkbox"/> SÍ
<input type="checkbox"/> EN GRAN PARTE
<input type="checkbox"/> EN PARTE
<input type="checkbox"/> NO
<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

	SI	NO	NA
10.1. ¿Se orientan a los empleados de la empresa para convivir y atender a personas con deficiencia?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:			
inmediatamente	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
tras alguna planificación	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
tras obter mejores informaciones	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
No consideramos que se pueda hacer algo, porque			

Indicador 11 | Relaciones con Sindicatos

¿La empresa entiende que, como forma de demostrar respeto al individuo y transparencia en sus relaciones con los empleados, es un derecho del empleado participar en sindicatos y asociaciones de clase y permite que representantes sindicales frecuenten la empresa para discutir cuestiones referentes a los intereses de los empleados?⁸

SÍ
 EN GRAN PARTE
 EN PARTE
 NO
 No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

	SI	NO	NA
11.1. ¿Coloca la empresa a disposición de los empleados informaciones básicas sobre derechos y deberes de la categoría, tales como pactos salariales, contribuciones sindicales, etc.?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
tras alguna planificación	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
tras obter mejores informaciones	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
No consideramos que se pueda hacer algo, porque				

⁸Para obtener más informaciones sobre temas relacionados al trabajo, visite el sitio del Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Sócio-econômicos(Dieese): www.dieese.org.br.

Indicador 12

Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad

¿La empresa valoriza e incentiva el desarrollo profesional de sus empleados?⁹

 Sí

 EN GRAN PARTE

 EN PARTE

 NO

 No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

La empresa:	SI	NO	NA
12.1. ¿subsidió cursos para los empleados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.2. ¿colabora con la realización de prácticas supervisadas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.3. ¿concede incentivo a los empleados que están matriculados en cursos de todos los niveles?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.4. ¿posee todos los empleados alfabetizados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	2004	2005	2006
12.5. Porcentual de analfabetos en la empresa:			
12.6. Porcentual de empleados hasta el 4º grado en la empresa:			
12.7. Porcentual de empleados hasta el 8º grado en la empresa:			
12.8. Porcentual de empleados con enseñanza secundaria completa en la empresa:			
12.9. Porcentual de empleados con enseñanza superior completa (facultad, universidad) en la empresa:			

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

Indicador 13 | Acceso a la Información

¿Facilita la empresa el acceso a la información como forma de desarrollo personal y profesional de sus empleados?

SÍ

EN GRAN PARTE

EN PARTE

NO

No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

	SI	NO	NA
13.1. ¿La empresa busca estimular a sus empleados a que actualicen sus conocimientos con recursos que ella suministra (por ejemplo: incentiva la lectura y pone a disposición periódicos y revistas y acceso a Internet en horarios previamente establecidos)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.2. ¿Teniendo en vista que el aumento de la oferta de crédito en el mercado ha sido acompañado por el crecimiento del incumplimiento, muchas personas contraen deudas que no logran pagar. La empresa orienta a sus empleados en lo que se refiere al uso conciente de crédito? ¹⁰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

¹⁰Más informaciones: www.akatu.org.br – <http://www.akatu.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=1346&sid=21&tpl=view%5Ftipo4%2Ehtm>

Indicador 14

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

¿Conoce la empresa, entiende y evalúa el impacto de sus actividades en el medio ambiente, manteniendo informes (por ejemplo: de emisión de contaminantes, de erosión del suelo, de consumo de energía, de agua y combustible, etc.) que midan esos impactos?

SÍ

EN GRAN PARTE

EN PARTE

NO

No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

La empresa:	SI	NO	NA
14.1. ¿en sus procesos, trata de usar materiales que causan menos daños al medio ambiente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.2. ¿discute alianzas con proveedores buscando el retorno de productos desechados al fabricante (por ejemplo: productos vencidos, neumáticos usados, pilas y baterías, etc.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.3. ¿trata de controlar y reducir la contaminación sonora y visual causada en sus procesos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
tras alguna planificación	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
tras obter mejores informaciones	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
No consideramos que se pueda hacer algo, porque				

Indicador 15

Comprometimiento de la Empresa con la Mejora de la Calidad Ambiental

¿Trata la empresa de implementar en sus dependencias y en sus actividades acciones que tienen como objeto preservar el medio ambiente?¹¹

 SÍ

 EN GRAN PARTE

 EN PARTE

 NO

 No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

La empresa practica en sus dependencias:	SI	NO	NA
15.1. ¿la recolección selectiva de basura? (Por ejemplo: tiene recipientes identificados para papel, vidrio, metal, plástico y material orgánico).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.2. ¿ahorro en el consumo de papel? (Por ejemplo: utilización del anverso y reverso de las hojas).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.3. ¿reducción del consumo de energía? (Por ejemplo: mejora en la iluminación natural, aparatos electrónicos de menor consumo de energía, dispositivos para cortar la energía cuando algún aparato no esté en uso).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.4. ¿reducción del consumo de agua? (Por ejemplo: llaves con cierre automático, válvulas de inodoro con flujo reducido, aprovechamiento del agua de la lluvia para actividades industriales).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.5. ¿orientación de la política de compras para proveedores priorizando los que no perjudiquen el medio ambiente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.6. ¿el destino final adecuado de sus residuos (como pilas, baterías, aceites, neumáticos, basura hospitalaria, entre otros)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

¹¹Vea el manual del Instituto Ethos O Compromisso das Empresas com o Meio Ambiente – A Agenda Ambiental e a Sustentabilidade da Economia Florestal, mayo/2005 – disponível para download en www.ethos.org.br

Indicador 16

Educación y Concienciación Ambiental

Una forma efectiva de reducir los impactos ambientales es por medio de la promoción de la educación ambiental para sus empleados y familiares y para la comunidad. ¿La empresa adopta ese tipo de actividad?

 SÍ

 EN GRAN PARTE

 EN PARTE

 NO

 No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

La empresa:	SI	NO	NA
16.1. ¿hace campañas para reducir el consumo de agua y energía?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.2. ¿hace campañas de reciclaje de materiales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.3. ¿hace campañas para el desecho adecuado de residuos tóxicos (como cartuchos de tinta, pilas, cola, baterías, embalaje de agrotóxicos, productos de limpieza, solventes, etc.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.4. ¿incentiva el transporte solidario – autostop – y el uso de medios de transporte que no perjudiquen el medio ambiente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.5. ¿da informaciones sobre áreas protegidas y animales amenazados en la región donde está instalada la empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.6. ¿apoya iniciativas y proyectos volcados a la educación ambiental?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

Indicador 17 | Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

¿Al iniciar una relación con un nuevo proveedor, evalúa la empresa si él practica la responsabilidad social, es decir, además de la presentación de una buena propuesta comercial (calidad, precio y plazo), adopta otros criterios para decidir la contratación?

SÍ

EN GRAN PARTE

EN PARTE

NO

No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

La empresa:	SI	NO	NA
17.1. ¿se informa si sus proveedores cumplen la legislación laboral?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.2. ¿se informa si sus proveedores cumplen la legislación de la seguridad social?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.3. ¿se informa si sus proveedores cumplen la legislación fiscal?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.4. ¿trata de saber cuáles son los principios que sus proveedores siguen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.5. ¿trata de conocer la política de responsabilidad social de sus proveedores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Para seleccionar a sus proveedores, la empresa usa criterios de:

17.6. ¿respeto a los derechos humanos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.7. ¿condiciones de trabajo adecuadas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.8. ¿posicionamiento de valoración de la diversidad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.9. ¿preocupación ambiental en la conducción de los negocios? (Por ejemplo: proceso productivo, como fabricación de muebles con madera extraída de forma inadecuada, adquisición de cuero para la fabricación de zapatos de curtiembres que no tratan el agua).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

La empresa:

17.10. ¿valora o les da preferencia a proveedores que practican políticas éticas y transparentes en la relación con la competencia (por ejemplo: no exige exclusividad para el suministro)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.11. ¿adopta criterios de compra que consideren la garantía de origen para evitar la adquisición de productos "piratas", falsificados o fruto de robos de carga?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.12. ¿exige factura de todos los productos adquiridos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.13. ¿incentiva y valora la adopción de un sistema de gestión ambiental y avales de las normas? (por ejemplo: ISO 14001 ¹² , Sello FSC ¹³ , otros)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
tras alguna planificación	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
tras obter mejores informaciones	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
No consideramos que se pueda hacer algo, porque				

¹²Una serie de estándares que ayudan a la empresa a establecer e implementar un sistema de gestión ambiental, suministrando los requisitos a considerar para fines de auditoría y certificación. Con base referencial en métodos y análisis, ISO 14000 busca garantizar que un determinado agente productor de bienes o servicios use procesos gerenciales y procedimientos específicos que tienen como objeto la reducción de las posibilidades de daños ambientales. (Para obtener más informaciones acceda al www.iso.org/iso/en/iso9000-14000/iso14000/iso14000index.html.)

¹³Uno de los más importantes avales de normas ambientales es el de FSC. El objeto de FSC (Forest Stewardship Council, que significa Consejo de Manejo Forestal) es difundir el buen manejo forestal de acuerdo a los principios y criterios que concilian las salvaguardas ecológicas con los beneficios sociales y la viabilidad económica. El sello FSC certifica que la madera (u otro insumo forestal) que se usa en un producto es oriunda de una floresta manejada en forma ecológicamente adecuada, socialmente justa y económicamente viable, y en cumplimiento de todas las leyes vigentes. El sello sirve para orientar al consumidor conciente a optar por un producto que no degrada el medio ambiente y contribuye para el desarrollo social y económico. El sello también orienta al comprador de mayoreo y minoreo a elegir un producto diferenciado y con valor agregado, capaz de conquistar un público más exigente y, así, abrir nuevos mercados. Los productos intermediarios o finales que usan materia prima forestal con el sello Cadena de Custodia FSC son rastreados de la materia prima de la floresta hasta el consumidor final. (Para obtener más informaciones acceda www.fsc.org.br)

Indicador 18 Empleados de los Proveedores

¿Verifica la empresa constantemente las condiciones que se les proporcionan a los empleados de sus proveedores? (Por ejemplo: un vendedor al por menor que adquiere productos de un productor rural).	<input type="checkbox"/> SÍ
	<input type="checkbox"/> EN GRAN PARTE
	<input type="checkbox"/> EN PARTE
	<input type="checkbox"/> NO
<input type="checkbox"/> No consideremos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)	

	SI	NO	NA
18.1. ¿Solicita la empresa regularmente formularios de pago del "FGTS" (Fondo de Garantía por Tiempo de Servicio) y de "INSS" (Instituto Nacional de Seguro Social) de sus proveedores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa visita a sus proveedores para verificar si ellos:			
18.2. ¿usan mano de obra infantil? ¹⁴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.3. ¿ofrecen condiciones de salud, seguridad e higiene adecuadas a sus empleados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:			
inmediatamente	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
tras alguna planificación	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
tras obter mejores informaciones	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
No consideramos que se pueda hacer algo, porque			

¹⁴Convención (138) sobre la edad mínima para admisión de empleo – La Convención 138 sobre edad mínima de admisión al empleo, adoptada por la OIT en 1973, tiene como objeto central establecer niveles mínimos de edad para la admisión al empleo y al trabajo como forma de prevenir y eliminar el trabajo infantil. Integra, actualmente, el conjunto de las 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).

Obtenga más informaciones sobre la legislación para programas que se refieran a niños, adolescentes y personas discapacitadas en la Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança - www.fundabrinq.org.br

Indicador 19

Responsabilidad Social de los Proveedores

¿Trata la empresa de orientar a los proveedores a que sigan sus principios de responsabilidad social y se propone a ayudarlos en su implantación?

 SÍ

 EN GRAN PARTE

 EN PARTE

 NO

 No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

La empresa:

	SI	NO	NA
19.1. ¿desarrolla acciones de responsabilidad social en alianza con sus proveedores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.2. ¿articula o participa en programas y actividades que tienen como objeto fortalecer los derechos del niño y del adolescente y erradicar el trabajo infantil en su cadena productiva?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

Indicador 20

Apoyo al Desarrollo de Proveedores

¿La empresa busca proveedores en cooperativas de pequeños productores, asociaciones de barrio y proyectos de generación de renta? (Por ejemplo: cooperativas de artesanos, incubadoras de negocios, micro y pequeñas empresas en general, etc.)¹⁵

 SÍ

 EN GRAN PARTE

 EN PARTE

 NO

 No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

	SI	NO	NA
20.1. ¿La empresa estimula la formalización y capacitación de pequeños proveedores ayudándolos a adecuarse a los estándares de mercado? ¹⁶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

¹⁵Más informaciones sobre ese tema en: www.facesdobrasil.org.br

¹⁶Vea el manual del Instituto Ethos Como Fortalecer a Responsabilidade Social nas Relações entre Grandes e Pequenas Empresas, disponível para download gratuito en www.ethos.org.br.

Indicador 22

Dudas, Sugerencias y Reclamaciones

¿Analiza la empresa las dudas, sugerencias y reclamaciones que recibe y las usa como instrumento para perfeccionar sus actividades? ¹⁷	<input type="checkbox"/> SÍ
	<input type="checkbox"/> EN GRAN PARTE
	<input type="checkbox"/> EN PARTE
	<input type="checkbox"/> NO
	<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

La empresa, en la relación con sus consumidores/clientes:	SI	NO	NA
22.1. ¿crea formularios para documentar las informaciones?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.2. ¿analiza las mejoras que se podrían implantar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.3. ¿responde y/o aclara las dudas que le envían?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.4. ¿estipula metas y plazos para solucionar los problemas presentados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:			
inmediatamente	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			
tras alguna planificación	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			
tras obter mejores informaciones	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			
No consideramos que se pueda hacer algo, porque			
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			

¹⁷Visite el sitio de la Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon): www.procon.sp.gov.br.

Indicador 23 | Satisfacción de los Consumidores/Clientes

¿La empresa hace una encuesta de satisfacción con sus consumidores/ clientes con el objeto de evaluar y, con base en los resultados, implementar mejoras en sus productos/servicios?

 SÍ

 EN GRAN PARTE

 EN PARTE

 NO

 No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

Estas mejoras serían:

	SI	NO	NA
23.1. ¿para mejorar la calidad de los productos/servicios?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.2. ¿para mejorar la calidad de las relaciones cotidianas, incluyendo servicios y pre y postventa, transparencia y ética en las relaciones?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

Indicador 24 | Política de Comunicação Comercial

En su comunicación (contactos, propagandas), ¿la empresa evita usar contenido engañoso o que induzca al consumidor / cliente a un error de entendimiento?

 SÍ

 EN GRAN PARTE

 EN PARTE

 NO

 No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

La empresa:

24.1. ¿trata de evitar en su comunicación contenido que se refiera a aspectos que puedan incomodar o faltarle el respeto a grupos específicos (como mujeres, niños, personas mayores, homosexuales, grupos raciales, grupos religiosos, etc.)?

SI

NO

NA

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Prazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Prazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Prazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

Indicador 25

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

¿Investiga y divulga la empresa los riesgos que sus productos/servicios pueden causar a la salud y seguridad de sus consumidores/clientes?	<input type="checkbox"/> SÍ
	<input type="checkbox"/> EN GRAN PARTE
	<input type="checkbox"/> EN PARTE
	<input type="checkbox"/> NO
<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)	

La empresa:	SI	NO	NA
25.1. ¿pone un aviso en el embalaje de sus productos informando sobre esos riesgos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.2. ¿está preparada para adoptar medidas correctivas si sus productos/servicios causan algún tipo de daño a la salud y seguridad de sus consumidores/clientes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.3. ¿orienta y entrena a sus empleados para que cumplan la legislación relacionada a la comercialización responsable de los productos? (No vende, por ejemplo, cigarrillos, bebidas alcohólicas, fuegos artificiales y materiales eróticos y pornográficos a menores de 18 años; vende medicamentos mediante la presentación de la receta médica, etc.)? ¹⁸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.4. ¿prohíbe que sus empleados vendan cigarrillos, bebidas alcohólicas, fuegos artificiales, materiales eróticos y pornográficos a menores de 18 años y los concientiza sobre posibles daños causados por ese tipo de venta?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.5. ¿suministra informaciones registrales de sus clientes a terceros sólo mediante la autorización de ellos? ¹⁹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:			
inmediatamente	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
tras alguna planificación	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
tras obter mejores informaciones	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
No consideramos que se pueda hacer algo, porque			

¹⁸El artículo 81 del Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) – Ley 8.069, del 13 de julio de 1990 – prohíbe la venta a niños y adolescentes de: armas, municiones, explosivos, bebidas alcohólicas, productos cuyos componentes puedan causar dependencia física o psíquica, fuegos artificiales, revistas y publicaciones de contenido inadecuado e impropio, billetes de lotería y equivalentes. (Fuente: ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária - www.anvisa.gov.br)

¹⁹Las empresas prestadoras de servicios tienen como fuente potencial de daños al cliente la exposición de los datos personales que se usan en las transacciones. Es importante que también se considere ese aspecto en la autoevaluación.

Indicador 26

Administración del Impacto de la Empresa en la Comunidad del Entorno

¿La empresa se preocupa en estar siempre en contacto con la comunidad del entorno, intentando minimizar los impactos negativos que sus actividades puedan causar?

- SÍ
- EN GRAN PARTE
- EN PARTE
- NO
- No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

La empresa:	SI	NO	NA
26.1. ¿hace encuestas con la comunidad del entorno para prevenir o verificar posibles problemas causados por su actuación?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.2. ¿invita a los habitantes de la región a participar en reuniones en las cuales se abordan temas de interés colectivo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Debido a su actuación en el entorno, la empresa toma medidas para controlar:			
26.3. ¿el aumento de la circulación de vehículos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.4. ¿el desecho de basura de forma adecuada?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.5. ¿la emisión de contaminantes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.6. ¿el nivel de ruido?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

Indicador 28 Trabajo Voluntario

¿La empresa incentiva el trabajo voluntario de sus empleados?²⁰

SÍ

EN GRAN PARTE

EN PARTE

NO

No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

La empresa:

	SI	NO	NA
28.1. ¿acompaña el trabajo que sus empleados desarrollan en las organizaciones?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28.2. ¿reconoce la importancia de ese trabajo divulgándolo en murales, periódico interno, periódico local, etc.?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

²⁰ Vea 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 Empregados, disponíveis para download gratuito en www.ethos.org.br

Indicador 29

Involucración de la Empresa con la Acción Social

¿La empresa "adoptó" por lo menos una organización de su comunidad y moviliza su red de contactos en su favor?²¹

 SÍ

 EN GRAN PARTE

 EN PARTE

 NO

 No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

Con el afán de apoyar esa organización, la empresa:

	SI	NO	NA
29.1. ¿divulga la organización a clientes, miembros de la comunidad, proveedores y otras organizaciones?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.2. ¿promueve las actividades de la organización en su material promocional, en su sitio, etc.?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.3. ¿incentiva a sus empleados a actuar voluntariamente en esos proyectos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

²¹Vea 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 gratuito en www.ethos.org.br.

Indicador 30

Relaciones con Organizaciones Beneficiadas

¿Existe entre la empresa y las organizaciones que beneficia una conversación franca sobre el papel de cada una en las alianzas?

SÍ

EN GRAN PARTE

EN PARTE

NO

No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

	SI	NO	NA
30.1. ¿Trata la empresa de acompañar siempre los resultados que esa alianza ha alcanzado? (Por ejemplo: qué tipo de contribución trajo a la organización, a la empresa y a las personas que se atendieron; cuáles son los próximos pasos; cuándo va a terminar la alianza; cómo el aliado se mantendrá sin el apoyo de la empresa, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

Indicador 31 | Participación Comunitaria

La responsabilidad social empresarial debe ser una forma de gestión del negocio y la ganancia forma parte del proceso. ¿Al optar por la organización o proyecto en que actúa, la empresa trata de conciliar, de alguna forma, sus intereses con el de la organización o proyecto?*

SÍ

EN GRAN PARTE

EN PARTE

NO

No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

	SI	NO	NA
31.1. ¿La empresa lleva a cabo en la comunidad, en conjunto con organizaciones locales, campañas educativas y/o de interés público?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>				
tras alguna planificación	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>				
tras obter mejores informaciones	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/	/
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>				
No consideramos que se pueda hacer algo, porque				
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>				

* (Por ejemplo, su empresa produce artefactos deportivos y buscó a una organización que actuara con jóvenes promoviendo educación por medio del deporte porque considera que la vinculación de su marca a esa actividad puede ser benéfica; o usted posee una papelería y colaboró para la recuperación de muebles e instalaciones de la escuela pública porque considera que la "simpatía" de la comunidad por su iniciativa resultará en un mayor volumen de ventas en su papelería)

Indicador 32 Beneficios para el Negocio

¿La empresa, como resultado de su actividad en la comunidad del entorno, considera que obtuvo beneficios para el negocio?

SÍ

EN GRAN PARTE

EN PARTE

NO

No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

Forman parte de esos beneficios:	SI	NO	NA
32.1. ¿el aumento de las ventas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.2. ¿la mejora en la relación con los proveedores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.3. ¿la adquisición de nuevos contactos o clientes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.4. ¿la menor rotación de personal?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.5. ¿el ahorro en los rubros seguridad y mantenimiento del edificio, por ejemplo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.6. ¿Verifica la empresa las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Plazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

Indicador 33 | Participación e Influencia Social

¿La empresa trata de participar en organizaciones que integren empresarios? (Por ejemplo: organizaciones empresariales, asociaciones comerciales, foros regionales.)

 SÍ

 EN GRAN PARTE

 EN PARTE

 NO

 No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)

	SI	NO	NA
33.1. ¿Usa la empresa ese espacio para actualizarse y discutir con otras empresas sus dificultades, necesidades y formas de movilización en la búsqueda de mejores condiciones para los negocios y también de mejores condiciones para la comunidad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:

inmediatamente

Responsable de la implementación de la acción

Prazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras alguna planificación

Responsable de la implementación de la acción

Prazo para alcanzar el objetivo

/ /

tras obter mejores informaciones

Responsable de la implementación de la acción

Prazo para alcanzar el objetivo

/ /

No consideramos que se pueda hacer algo, porque

Indicador 34 | Involucración en Campañas Políticas

¿La empresa es cuidadosa sobre su involucración en campañas políticas? ²²	<input type="checkbox"/> SÍ
	<input type="checkbox"/> EN GRAN PARTE
	<input type="checkbox"/> EN PARTE
	<input type="checkbox"/> NO
<input type="checkbox"/> No consideremos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)	

La empresa:	SI	NO	NA
34.1. ¿promueve debates electorales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.2. ¿estimula el voto conciente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.3. ¿es transparente, en caso de que apoye a algún candidato?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.4. ¿analiza cuidadosamente la distribución de material de campañas políticas (porta documentos, camisetas, bolsas, calendarios, panfletos, regalos en general)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:			
inmediatamente	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			
tras alguna planificación	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			
tras obter mejores informaciones	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			
No consideramos que se pueda hacer algo, porque			
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			
<hr/>			

²²Vea el manual del Instituto Ethos A Responsabilidade Social das Empresas no Processo Eleitoral, Versão 2004, disponível para download gratuito en www.ethos.org.br

Indicador 36

Mejora de los Espacios Públicos y Apoyo a Iniciativas Sociales Gubernamentales

¿Siempre que es necesario (y posible), la empresa colabora con la mejora de los espacios públicos de su región (como en escuelas, puestos de salud, plazas, áreas verdes, etc.)?	<input type="checkbox"/> SÍ
	<input type="checkbox"/> EN GRAN PARTE
	<input type="checkbox"/> EN PARTE
	<input type="checkbox"/> NO
<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa (justifíquelo)	

	SI	NO	NA
36.1. ¿Promueve la empresa alguna acción para aclararles a los empleados cómo usar la deducción en el impuesto sobre la renta y favorecer el Fondo del Niño y del Adolescente? ²³	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que hacer:			
inmediatamente	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
tras alguna planificación	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
tras obter mejores informaciones	Responsable de la implementación de la acción	Plazo para alcanzar el objetivo	/ /
No consideramos que se pueda hacer algo, porque			

²³La Ley no 8069, del 13/07/1990 – crea el Estatuto da Criança e do Adolescente, permitiéndoles a los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta, en su artículo 260, que declaren el importe de las donaciones que hicieron a los Fondos. Ley no 8242, del 12/10/1991 – en su artículo 16, le da una nueva redacción al artículo 260 de la Ley no 8069/90. La Ley no 9532, del 10/12/1997 – dispone sobre los nuevos límites de deducibilidad de los incentivos fiscales relativos a las personas jurídicas y físicas a partir del año calendario de 1998. Decreto no 794, del 05/04/1993 – establece un límite de deducción del Impuesto sobre la Renta de las Personas Jurídicas. Instrucción Normativa no 86, del 26/10/1994 – dispone sobre los procedimientos a adoptar para el gozo de los beneficios fiscales referentes a las donaciones a los Fondos para la Infancia y Adolescencia. Instrucción Normativa no 25, del 29/04/1996 – dispone sobre las normas de tributación relativas a la incidencia del Impuesto sobre la Renta de las personas jurídicas. (Fuente: Conselho Estadual dos Direitos da Criança e do Adolescente de Minas Gerais - Como Transformar Imposto de Renda em Futuro para Crianças e Adolescentes?)

Realización

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

SEBRAE

Patrocínio


ABRADEE


CPFL
ENERGIA


natura
bem estar bem


Itaú Social


BR PETROBRAS


SAMARCO


SESIsc


SUZANO