

Guía de Autoaplicación

# Indicadores

de Responsabilidad  
Social Empresaria

# PLARSE

Programa  
Latinoamericano  
de RSE - IARSE

Versión 1.0





Guía de Autoaplicación

# Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria

Versión 1.0

**Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria Versión 1.0** es una publicación puesta a disposición por el IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria). Comprende los INDICADORES PLARSE comunes a todos los países de la región que forman parte del programa y la adaptación a la realidad y contexto legal de Argentina de los INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA, publicados anualmente por el Instituto ETHOS de Brasil.



Instituto Argentino  
de Responsabilidad Social Empresaria

**Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria – IARSE**

Almirante Brown 245 (X5002IWE)

Córdoba – Argentina

Tel/Fax: 54 – 351 – 4110600

Web Site: [www.iarse.org](http://www.iarse.org)

Mail: [mail@iarse.org](mailto:mail@iarse.org)

**Responsables de la presente Edición :**

Alicia Rolando de Serra, Luis A. Ulla, Alejandro Roca

**Colaboraron con la adaptación y corrección:**

Edgar Serra - Enrique Camussi

**Agradecimientos:**

Al PROGRAMA LATINOAMERICANO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (PLARSE) promovido por el Instituto ETHOS, Fundación AVINA, la Organización Intereclesiástica para la Cooperación al Desarrollo y Forum Empresa, y a las organizaciones participantes del programa: ADEC - Paraguay, CCRE - Colombia, CERES - Ecuador, Fundación COBORSE - Bolivia, Instituto ETHOS - Brasil, PERU 2021 - Perú, UNIRSE - Nicaragua por haber autorizado la distribución del componente de los Indicadores PLARSE de la presente edición.

Al Instituto Ethos, sus autoridades y equipo de colaboradores el apoyo técnico brindado en la presente edición.

A las empresas de Argentina que, mediante su patrocinio, han hecho posible la edición de estos materiales.

**Diseño y Gráfica:**

Estudio Artwork

General Paz 323 - Oficina 1

Córdoba - Argentina

Tel./Fax: 54 - 351 - 4117180

[artwork@estudioartwork.com](mailto:artwork@estudioartwork.com)

Queda hecho el depósito que marca la Ley N° 11.723

Derechos reservados.

Prohibida su reproducción total o parcial.

Impreso en Argentina.

ISBN: 987-22353-4-1

Se terminó de imprimir en los talleres gráficos de Gráfica Pugliese Siena en el mes de junio de 2009

Pugliese Siena S.H.

Producción Gráfica Integral

Sarachaga Oeste 122 - B° Alta Córdoba.

CP: X5001AMD - Córdoba - Argentina

Tel/Fax: 54 - 351- 4720812 / 4739897

[administracion@offsetpugliesesiena.com.ar](mailto:administracion@offsetpugliesesiena.com.ar)

[offsetpugliesesiena@offsetpugliesesiena.com.ar](mailto:offsetpugliesesiena@offsetpugliesesiena.com.ar)

[www.offsetpugliesesiena.com.ar](http://www.offsetpugliesesiena.com.ar)

© Registro de Propiedad Intelectual a favor del IARSE © Form. N° 134578 - S.A.L.A.C.-, Junio de 2009. Queda totalmente prohibida su reproducción total o parcial sin expresa autorización por escrito del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE).

El **Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE)** se crea a mediados del año 2002 con la misión de “promover y difundir el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) para impulsar el desarrollo sustentable de Argentina, trabajando junto a las empresas a través de redes de información, intercambio de experiencias y colaboración mutua”.

Partiendo de concebir a la Responsabilidad Social Empresaria como modelo de gestión que contempla los impactos económicos, ambientales y sociales derivados de la actividad empresarial, el Instituto crea valor para las empresas y la sociedad trabajando junto al mundo de los negocios, genera herramientas de gestión y mecanismos de información e intercambio de experiencias.

Promueve, además, la colaboración mutua entre las compañías que han decidido hacer de su conducta responsable un valor a partir del cual contribuir a la construcción de una sociedad más justa y sustentable.

El IARSE produce información, conocimiento, divulga buenas prácticas, trabaja en red y establece alianzas con otras organizaciones comprometidas con la promoción de RSE en Argentina y en la región, para facilitar el compromiso gradual y creciente del mundo de los negocios con una gestión ética y socialmente responsable.

#### Actividades y Servicios del IARSE:

- Promoción y difusión del concepto y la práctica de la RSE y su evolución.
- Desarrollo y publicación de herramientas de gestión.
- Intercambio de experiencias y networking entre pares que practican la RSE.
- Apoyo y asistencia técnica a asociaciones regionales que promueven y difunden la RSE en sus respectivas regiones.
- Acompañamiento y orientación a las empresas en la planificación estratégica de la RSE alineada al negocio.
- Edición de un boletín electrónico quincenal que reciben más de 55 mil suscriptores.
- Portal de noticias, artículos e investigaciones sobre RSE en el sitio [www.iarse.org](http://www.iarse.org).
- Visibilidad a las mejores prácticas de RSE llevadas adelante por las empresas y cooperativas.
- Acompañamiento y orientación a cooperativas en sus estrategias de RSE.
- Acompañamiento a las empresas en sus planes y proyectos de Inversión Social Privada (ISP) y Negocios Inclusivos (NI).
- Capacitación en RSE a través de una nutrida agenda de cursos, talleres y conferencias nacionales e internacionales.
- Cursos y talleres para docentes universitarios y periodistas.

Creado con el apoyo inicial de las Fundaciones W. K. Kellogg, de Estados Unidos, y AVINA, de Suiza, hoy posee un destacado y creciente grupo de empresas que lo apoyan en el cumplimiento de su misión institucional.

#### Nuestros Miembros

Las siguientes compañías y entidades creen en el surgimiento de una idea renovada sobre el rol de la empresa en la sociedad y han decidido participar activamente como empresas-miembro de nuestro Instituto:

**ORO:** ACCOR SERVICES ARGENTINA - ADECCO - GRUPO ARCOR - BANCO GALICIA - BANCO ITAÚ - C&A - CADENA 3 ARGENTINA - FUNDACIÓN DE LA CUENCA/GRUPO UNIDOS FUNDACION IRSA - GLACIAR PESQUERA - GRUPO CODERE GRUPO LUCCI - GRUPO PROMINENTE - GRUPO SANCOR SEGUROS - IBM ARGENTINA - INFOXEL - INTERSERVICES KIMBERLY CLARK ARGENTINA - LA NACIÓN - LA VOZ DEL INTERIOR - HIPERMERCADO - LIBERTAD - LIMECO - LOMA NEGRA - MANPOWER ARGENTINA - MAPFRE ARGENTINA METANOIA - MOVISTAR - NATURA - NEW CHOICE - NOBLEZA PICCARDO - ORACLE ARGENTINA - PEPSICO DE ARGENTINA PETROBRAS REFINOR - REPSOL YPF - RÍO URUGUAY SEGUROS - SAN JUAN / MAR DEL PLATA - STANDARD BANK TELECOM ARGENTINA - TELEFONICA DE ARGENTINA - THE HADA GROUP

**PLATA:** ALCO-CANALE - ALTO PARANÁ - BANCO PATAGONIA CARBOCLOR - CARREFOUR ARGENTINA - CONSEJO PROFESIONAL DE INGENIERIA INDUSTRIAL - ESTUDIO ARTWORKGAS NATURAL BAN - GATICA & CHASSEING ABOGADOS - GRUPO BURCO - GRUPO LOS GROBO LABORATORIOS ANDROMACO - MATRICERÍA AUSTRAL PERSPECTIVAS SOCIALES - PHILIPS ARGENTINA PROVINCIA ART - SALAS, RUSCELLI, SOBRERO CONSULTORES - TRANSPORTADORA DE GAS DEL NORTE

**BRONCE:** ACTIVAR CONSULTORES OCUPACIONALES ALTA TECNOLOGÍA ALIMENTARIA - APEX SYKES - ARGENTUM CONSULTING - CAPITAL POST - CLIBA - COLEGIO UNIVERSITARIO DE PERIODISMO - CONGELARG CURTIEMBRES FONSECA S.A. - EL TEJAR S.A. - ELLMANN, SUEIRO & ASOCIADOS - ERMOPLAS S.R.L - INTI ZEN KADICARD - MOLINOS RIO DE LA PLATA - NATURAL STONES S.A. - PIN S.A. - PINTURERIAS FIMA - PIROSKA MELEG y ASOCIADOS - - QUADE SRL - RODE - RUCA PANEL SRL TABACAL AGROINDUSTRIA - UNIMIN - UNIVERSIDAD FASTA VALE / POTASIO RIO COLORADO



Instituto Argentino  
de Responsabilidad Social Empresaria

## Índice

Presentación.....	7
Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo .....	13
Público Interno .....	23
Medio Ambiente.....	45
Proveedores.....	53
Consumidores y Clientes.....	59
Comunidad.....	65
Gobierno y Sociedad .....	71
Plantilla de autoevaluación .....	77

Los Indicadores RSE, son una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de las empresas que refieren a la incorporación de prácticas de responsabilidad social, al planeamiento estratégico, al monitoreo y desempeño general corporativo. Son un instrumento de autoevaluación y aprendizaje de uso esencialmente interno a la empresa.

Lanzados por el Instituto ETHOS de Brasil en 2000, fueron adoptados como base de referencia para el desarrollo de indicadores de otras organizaciones de RSE en Latinoamérica, tal como viene haciendo IARSE en sucesivas ediciones desde el año 2003.

De estas experiencias, del trabajo en alianza con las organizaciones de RSE locales y con el apoyo técnico del Instituto ETHOS, surgió el componente de **Indicadores del PROGRAMA LATINOAMERICANO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (PLARSE) que tiene por objetivo la utilización de un único patrón de indicadores de RSE para todos los países de América Latina que forman parte del programa.**

**Los indicadores de RSE - PLARSE han sido formulados de modo tal que contemplan los aspectos comunes a la gestión de RSE en el contexto latinoamericano y comprenden el componente cuestionario referido a los INDICADORES EN PROFUNDIDAD (ETAPAS).**

**Complementariamente, la presente edición también refiere a preguntas particulares, INDICADORES BINARIOS Y CUANTITATIVOS, que responden al contexto y realidad local de la RSE en Argentina.**

El **PLARSE** <http://www.plarse.org> es una realización del Instituto **ETHOS** en alianza con la Fundación Avina, la Organización Intereclesiástica para la Cooperación al Desarrollo (**ICCO**) y el **Forum Empresa** y tiene como objetivo fortalecer el movimiento de responsabilidad social empresarial en Latinoamérica, por medio del intercambio de conocimiento y experiencias entre las organizaciones participantes y por la consolidación de alianzas que contribuyan para la creación de un ambiente favorable a la gestión socialmente responsable en la región.

Las organizaciones participantes del programa son:

- **Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC) – Paraguay**
- **Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE) - Colombia**
- **Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) – Ecuador**
- **Corporación Boliviana de RSE (COBORSE) – Bolivia**
- **Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) - Argentina**
- **Instituto ETHOS – Brasil**
- **Perú 2021 – Perú**
- **Unión Nicaragüense para la RSE (UNIRSE) - Nicaragua**

## Estructura del Cuestionario

El cuestionario está organizado en siete grandes temas:

- **Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo**

AUTORREGULACIÓN DE LA CONDUCTA

- Compromisos Éticos
- Arraigo en la Cultura Organizativa
- Gobierno Corporativo

RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

- Relaciones con la Competencia
- Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés (Stakeholders)
- Balance Social/ Memoria de RSE/ Reporte de Sostenibilidad

- **Público Interno**

DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

- Relaciones con Sindicatos u Otras Asociaciones de Empleados
- Gestión Participativa

RESPETO AL INDIVIDUO

- Compromiso con el Futuro de los Niños
- Compromiso con el Desarrollo Infantil
- Valoración de la Diversidad
- Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial
- Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género
- Relaciones con Trabajadores Tercerizados/Subcontratados [no aplicable en Ecuador]

TRABAJO DECENTE

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

- **Medio Ambiente**

RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS

- Compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental
- Educación y Concientización Ambiental

## GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

- Gerenciamiento de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios
- Sustentabilidad de la Economía Forestal
- Minimización de Entradas y Salidas de Insumos

## • Proveedores

### SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ALIANZA CON PROVEEDORES

- Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores
- Trabajo Infantil en la Cadena Productiva
- Trabajo Forzado en la Cadena Productiva
- Apoyo al Desarrollo de Proveedores

## • Consumidores y Clientes

### DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

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

## • Comunidad

### RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL

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

### ACCIÓN SOCIAL

- Financiamiento de la Acción Social
- Involucramiento con la Acción Social

## • Gobierno y Sociedad

### TRANSPARENCIA POLÍTICA

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

### LIDERAZGO SOCIAL

- Liderazgo e Influencia Social
- Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

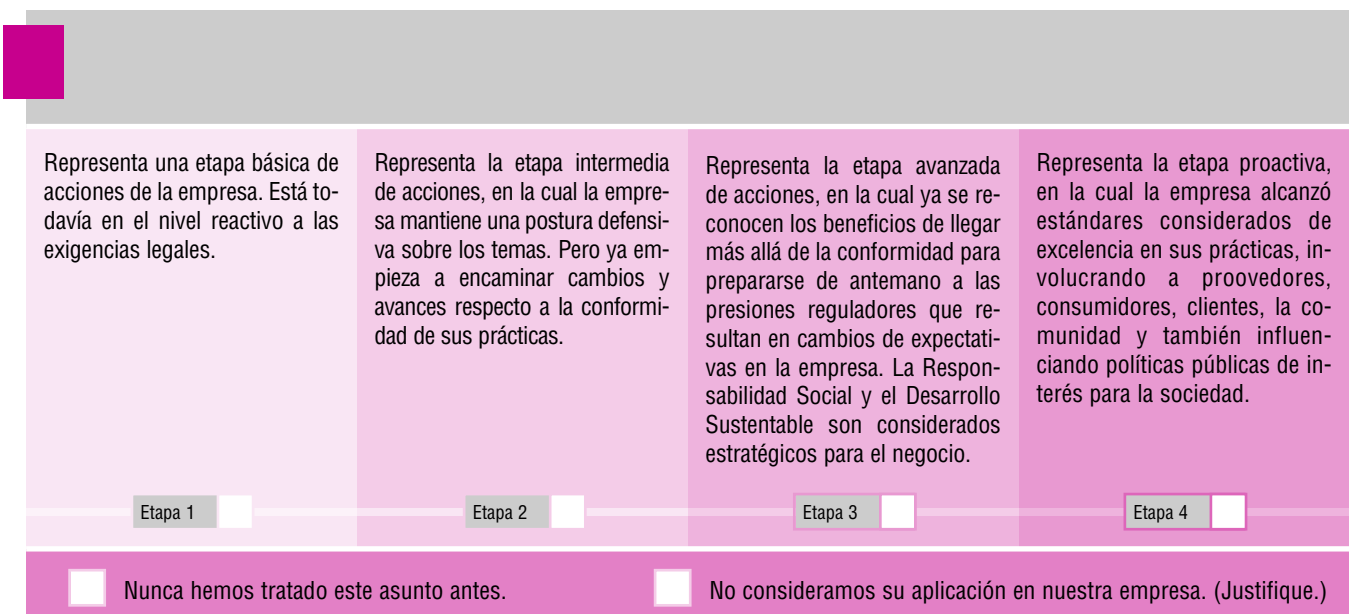


## Estructura de los Indicadores

Cada uno de los indicadores se divide a su vez en:

**Indicadores de Profundidad:** permiten evaluar la etapa actual de la gestión de RSE de la empresa. Son los **INDICADORES DE RSE DE PLARSE**, de aplicación común a todos los países de la región

que participan del programa. Está representado por cuatro cuadros contiguos que expresan estadios de determinada práctica, evolucionando desde una primera a una cuarta etapa, a fin de poder identificar fácilmente en qué estadio de la práctica se encuentra la empresa, tal como se describe a continuación:



Se optará por sólo una de las cuatro etapas, la que más se acerca a la realidad de su empresa. Cada etapa presupone el cumplimiento del nivel anterior. En caso de que ninguno de los cuadros corresponda a la realidad de la compañía, se consignará uno de los siguientes motivos:

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

Al señalar la segunda opción, es importante explicitar el porqué, expresando una justificación en el espacio reservado para comentarios. Al elegir esta alternativa, automáticamente se consideran no aplicables las informaciones adicionales correspondientes.

### Indicadores Binarios (Informaciones Adicionales):

Se compone de preguntas de respuesta binaria (sí o no) y cualifican el estadio seleccionado en los Indicadores en Profundidad. Sirven para la validación y profundización de la etapa de responsabilidad social identificada por la empresa y contribuyen a la comprensión de las prácticas que pueden incorporarse a la gestión de los negocios.

Para una correcta autoevaluación, estos indicadores deben ser completados obligatoriamente, excepción hecha en los casos que el indicador de profundidad correspondiente no sea aplicable a la realidad de la empresa.

### Indicadores Cuantitativos:

Proponen el relevamiento sistemático de datos. Con ellos, se pueden conformar series anuales para cruzar con otros datos relevantes para la empresa. No todos los indicadores presentan datos cuantitativos; no obstante ello, estos datos serán seguramente de utilidad para el monitoreo interno de la empresa y hacen a la consistencia de la planificación de nuevos objetivos y metas en materia de RSE.

En conjunto esta estructura permite que la empresa planee el modo de fortalecer su compromiso con la responsabilidad social. La disposición en escala provee parámetros para los pasos siguientes. Señala, junto a los indicadores binarios (informaciones adicionales) y cuantitativos, directrices para el establecimiento de metas de perfeccionamiento en el universo de cada tema.

## Instrucciones para completar el cuestionario

- Cada unidad de negocios debe responder a su propio cuestionario.
- Es aconsejable que la empresa designe un coordinador que centralice y sistematice la información y facilite el diálogo interno.
- Debido al alcance de los temas, el proceso debe involucrar la participación de varias áreas de la empresa. Cuanto más personas estén involucradas en el proceso de recolección y de volcado de información y cuanto más diversificados sean los niveles jerárquicos y los departamentos a los cuales ellas pertenezcan, mayor será la representatividad de las respuestas y más profunda la reflexión interna, garantizando un mejor auto-diagnóstico. En este punto es conveniente capacitar a todos los involucrados en el proceso para que se comprenda el porqué de la aplicación del cuestionario y se logre el compromiso necesario con el proceso.
- Es muy importante que la alta dirección acompañe su aplicación y conozca los resultados.
- Motivar y movilizar a los profesionales de la empresa a responder los Indicadores, permitirá iniciar un proceso de auto-diagnóstico que, aunado a la misión y estrategia general de la empresa, será de utilidad para identificar aspectos de la gestión que necesitan ser desarrollados estableciendo nuevas metas y monitoreando sus resultados.
- También es necesario tener presente la importancia que revisite el diálogo con los distintos públicos con que se relaciona la empresa a fin de evaluar los impactos de sus acciones, buscar soluciones y definir nuevas metas.

### Contáctenos:

Para consultar u obtener más información sobre la metodología de aplicación de los Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria, su correlación con las iniciativas de Pacto Global y GRI (Global Reporting Initiative) contáctese con el INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA – IARSE a los mails: [arolando@iarse.org](mailto:arolando@iarse.org); [aroca@iarse.org](mailto:aroca@iarse.org); [lulla@iarse.org](mailto:lulla@iarse.org)

## NOTAS

Es conveniente que el coordinador o facilitador interno sea la (s) persona (s) más relacionada al tema y que cuente con una visión integrada de las áreas de la empresa, que tenga capacidad para recabar y sistematizar datos e interpretarlos en el marco de la gestión estratégica de la empresa. Se aconseja que el proceso involucre sólo a participantes internos para legitimar la reflexión que propicia la aplicación de los Indicadores. Sin embargo, se puede también recurrir a facilitadores externos, siempre y cuando lidere el proceso un facilitador interno.

# Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo



## **Autorregulación de la conducta**

- Indicador 1 – Compromisos Éticos
- Indicador 2 – Arraigo en la Cultura Organizativa
- Indicador 3 – Gobierno Corporativo

## **Relaciones transparentes con la Sociedad**

- Indicador 4 – Relaciones con la Competencia
- Indicador 5 – Diálogo e Involucramiento de los grupos de interés (Stakeholders)
- Indicador 6 – Balance Social/ Memoria de RSE/ Reporte de Sostenibilidad

## Compromisos éticos

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

Los valores de la organización están formalizados en una carta de principios, pero están poco incorporados a los procesos de trabajo y actitudes/comportamiento de las personas.

Etapa 1

Los valores y principios de la organización existen en documento formal, que cuenta con proceso de difusión sistemático enfocado en el público interno bajo la responsabilidad de persona o área responsable.

Etapa 2

La organización posee un código de conducta (en el(los) idioma(s) local(es) y adaptado al contexto local, en el caso de las multinacionales) y tiene programa de orientación y entrenamiento para los empleados de todos los niveles jerárquicos para garantizar que los valores y principios se incorporen a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas. Tales acciones están formalmente a cargo de una persona o área responsable.

Etapa 3

Además de eso, el código de conducta de la organización prevé la participación de empleados, de los principales grupos de interés en su revisión y está sometido a control y auditoría periódicos. La responsabilidad de esas acciones está formalmente a cargo de un equipo multidisciplinario.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
1.1. ¿expone públicamente sus compromisos éticos por medio de material institucional, por Internet o de otra manera que sea adecuada a sus partes interesadas?		
<b>El código de ética y/o la declaración de valores de la organización:</b>		
1.2. ¿contemplan las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, medio ambiente, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y accionistas minoritarios?		
1.3. ¿prohíben expresamente la utilización de prácticas ilegales (como corrupción, extorsión, coima, doble caja) para la obtención de ventajas comerciales?		
1.4. ¿son explícitos con referencia al compromiso ético en la gestión de las informaciones de carácter privado obtenidas durante los procesos de la empresa en su interacción con sus diversos públicos (clientes, empleados, proveedores, etc.)?		
<b>El código de ética y/o la declaración de valores de la organización cubre asuntos como:</b>		
1.5. ¿cumplimiento de las leyes y pago de impuestos?		
1.6. ¿coimas, pagos o recibos cuestionables?		
1.7. ¿reglas explícitas en la relación con funcionarios públicos?		
1.8. ¿conflicto de intereses, donaciones?		
1.9. ¿corrupción activa en actividades en Argentina o en el extranjero?		
1.10. ¿corrupción pasiva?		
1.11. ¿improbidad administrativa?		
1.12. ¿fraude en concursos públicos?		
1.13. ¿límite de las actividades y contribuciones políticas?		
1.14. ¿relaciones con la comunidad?		

El código de ética y/o la declaración de valores de la organización cubre asuntos como:	Sí	No
1.15. ¿nepotismo?		
1.16. ¿procesos judiciales y arbitrajes?		
1.17. ¿prevención y tratamiento de fraudes?		
1.18. ¿son explícitos en relación al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones brindadas a todas las partes interesadas?		
1.19. ¿posee un comité, consejo o responsable(s) formal(es) que se ocupe de las cuestiones éticas internas?		
1.20. ¿posee un comité, consejo o responsable(s) formal(es) que se ocupe de las cuestiones éticas reconocidas exteriormente?		
1.21. ¿estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de sus empleados?		
1.22. ¿vincula expresamente la actuación de asesorías jurídicas y contables al código de ética /declaración de principios?		
1.23. ¿más allá de atender todas las legislaciones vigentes para su ejercicio y estar al día con todos los impuestos, tiene procedimientos para que todos sus empleados conozcan las leyes que están vinculadas al ejercicio de las actividades de la organización o en beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente?		
1.24. ¿viene implantando, consolidando y divulgando procedimientos internos para efectuar consultas jurídicas a instituciones aplicables a sus actividades en su condición de contribuyente del Estado, en el ejercicio de su ciudadanía corporativa <sup>1</sup> y en su condición de integrante de la comunidad, proveedor, cliente o consumidor, etc.?		

## Arraigo en la Cultura Organizativa

2

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

Los valores se transmiten esporádicamente o en momentos específicos (contratación de empleados, proceso de auditoría), con el foco centrado en el público interno.

Etapa 1

Existen procesos sistemáticos de difusión de los valores con el foco centrado en el público interno.

Etapa 2

Además de eso, la adopción de esos valores y principios es auditada<sup>2</sup> y verificada periódicamente y los empleados son estimulados a contribuir con su monitoreo.

Etapa 3

Además de eso, todos los aliados externos son estimulados a replicar el mismo proceso en la cadena productiva.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
2.1. ¿Las cuestiones éticas son abordadas en encuestas de clima organizacional, por evaluación 360° o herramientas análogas?		
2.2. ¿Los empleados de la empresa demuestran familiaridad en su día a día con los temas y conductas contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente?		
2.3. ¿La estructura organizacional desarrolló procedimientos para lidiar con denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento de su código de conducta y/o su declaración de valores?		

## Gobierno Corporativo<sup>3</sup>

3

### Respecto a la estructura organizativa y prácticas de gobierno de la empresa:

Además de actuar de acuerdo con la legislación vigente, tiene un consejo de administración o consultivo (o estructura similar) y los reportes financieros son auditados por auditoría externa independiente.

El consejo de administración o consultivo (o estructura similar) tiene compromisos, políticas explícitas y mecanismos formales que aseguran la integridad de los informes financieros, priorizando la transparencia en las prestaciones de cuentas y otras informaciones.

Además de eso, tiene políticas explícitas para promover tratamiento adecuado al derecho de voto y tratamiento justo y equitativo a los socios, con resultados monitoreados y evaluados periódicamente.

Además de lo expuesto en las etapas anteriores, la alta administración (consejo y directores) incorpora criterios de orden socioambiental en la definición y gestión del negocio y tiene como norma oír, evaluar y considerar las preocupaciones, críticas y sugerencias de los grupos de interés en asuntos que las involucren.

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La alta dirección de la empresa:	Sí	No
<b>3.1.</b> ¿cuenta con mecanismos o sistemas formales para la evaluación periódica de sus integrantes?		
<b>3.2.</b> ¿posee estructura que contemple comité de auditoría <sup>4</sup> , auditoría externa independiente, buscando: asegurar el control de la propiedad sobre la gestión; prevenir/cohibir abusos de poder de sus integrantes, fraudes por uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses; desanimar el soborno y otras prácticas de corrupción, la creación de "contabilidades paralelas" o de cuentas secretas y la elaboración de documentos que no reflejen verdaderamente las transacciones que reportan?		
<b>3.3.</b> ¿para nombrar miembros del comité de auditoría tiene en consideración habilidades, conocimientos, especialización e independencia para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades y riesgos ambientales y sociales y monitorear la actuación de la gestión (directiva)?		
<b>3.4.</b> ¿utiliza estudios, encuestas y el apoyo de especialistas para fundamentar mejor la resolución de dilemas éticos, socioambientales y relativos a derechos humanos?		
<b>3.5.</b> ¿incluye el respeto a los derechos humanos <sup>5</sup> como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones?		
<b>3.6.</b> ¿orienta sus operaciones en concordancia con las declaraciones de principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) <sup>6</sup> ?		
<b>3.7.</b> ¿orienta sus operaciones en concordancia con las directrices para empresas multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) <sup>7</sup> ?		
<b>3.8.</b> ¿orienta sus operaciones en concordancia con los principios del Pacto Global <sup>8</sup> y/o en apoyo a las Metas del Milenio <sup>9</sup> ?		
<b>3.9.</b> ¿la declaración de la visión y la estrategia de la organización contempla contribuciones y dilemas de la empresa en lo que se refiere al desarrollo sustentable?		
<b>3.10.</b> ¿existe una estrategia formal de RSE dentro del mapa estratégico de la compañía?		

La alta dirección de la empresa:	Sí	No
3.11. ¿existen objetivos cuantificados de RSE dentro de las estrategias funcionales de las distintas áreas de la empresa (compras, logística, proveedores, etc.)?		
3.12. ¿existe un esquema de capacitación formal en RSE, dentro de la estrategia de desarrollo de capital humano de la compañía?		
3.13. ¿existen indicadores de sustentabilidad en el Tablero de Control de la compañía?		
3.14. ¿existe una base cultural que permita incorporar partidas presupuestarias significativas para actividades de RSE?		

	2007	2008	2009	2010
3.15. Número de miembros del Directorio				
3.16. Porcentual del Directorio formado por consejeros independientes, sin cargos ejecutivos				
3.17. Porcentual de mujeres en el Directorio				

## RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

### Relaciones con la competencia

4

Respecto a las políticas de relación con la competencia u organización del mismo propósito, la empresa:

Sigue las prácticas de precio y competencia comunes al mercado, cumple con la legislación y busca un posicionamiento leal.

Posee reglas explícitas y declaradas sobre competencia desleal discutiendo periódicamente (o cuando es necesario) con el público interno sobre su postura ante la competencia.

Asume el compromiso público de combate a la competencia desleal. Discute su postura con proveedores y clientes, alertándolos para las cuestiones de la competencia leal, y participa en asociaciones de empleados en la discusión de esos aspectos.

Ejerce posición de liderazgo en su segmento en discusiones relacionadas a la búsqueda de estándares de competencia cada vez más elevados (combate a la formación de trusts y cárteles, prácticas desleales de comercio, fraude en licitaciones y espionaje empresarial).

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4



Nunca hemos tratado este asunto antes.



No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
4.1. ¿los principios relacionados a la competencia leal constan en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?		

**INFORMACIONES ADICIONALES**

<b>La empresa:</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
<b>4.2.</b> ¿expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su sitio de Internet, de material institucional, del informe anual, etc.)?		
<b>4.3.</b> ¿posee una política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos y servicios?		
<b>4.4.</b> ¿la política sobre competencia desleal alcanza a la cadena productiva de la empresa?		
<b>La política sobre competencia desleal aborda los siguientes ítems:</b>		
<b>4.5.</b> ¿Piratería?		
<b>4.6.</b> ¿Evasión fiscal?		
<b>4.7.</b> ¿Contrabando?		
<b>4.8.</b> ¿Adulteración de productos o marcas?		
<b>4.9.</b> ¿Falsificación de productos?		
<b>La empresa:</b>		
<b>4.10.</b> ¿en los últimos tres años, fue advertida o sancionada por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia <sup>10</sup> (CNDC) por prácticas de competencia desleal?		
<b>4.11.</b> ¿en los últimos tres años, fue denunciada por organizaciones gubernamentales o de la sociedad civil de defensa al consumidor por irregularidades en sus procesos, servicios o productos?		

## Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés (Stakeholders)<sup>11</sup>

### 5

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

Está consciente de la importancia del diálogo y del compromiso de los grupos de interés para el éxito del negocio. Lo que implica que conoce los dilemas específicos y atributos de sus grupos de interés (empleados, clientes y consumidores, accionistas o inversionistas) y estableció canales de diálogo para mantener esas relaciones.

Conoce los dilemas específicos y atributos relacionados a todos los grupos de interés por medio de mapeo periódico y establece mecanismos de diálogo e involucramiento con ellos, con el fin de remediar impactos socioambientales ocasionados por sus actividades. Esto se realiza por medio de equipos preparados para poner en marcha los planes de contingencia necesarios.

Además de priorizar el involucramiento y el diálogo constante con sus grupos de interés, adopta una estrategia de gestión de la información y conocimiento para “interiorizar los impactos socioambientales” negativos ocasionados por sus actividades como base para la redefinición de políticas, procesos de gestión o producción.

Por medio de utilización de herramientas y políticas específicas, dialoga e involucra a los grupos de interés en forma estructurada en reflexiones previas sobre sus actividades, procesos y acciones para prevenir, minimizar o eliminar los impactos socioambientales negativas que podrá ocasionar la organización. Además de eso, una tercera parte audita el proceso de diálogo y compromiso.

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)



INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
5.1. ¿mantiene comunicación con grupos o partes interesadas que critiquen la naturaleza de sus procesos, productos o servicios?		
5.2. ¿tiene políticas y/o procedimientos para responder prontamente a cualquier sugerencia, reclamo, esfuerzo o demanda de sus partes interesadas?		
5.3. ¿el proceso de diálogo y compromiso de las partes interesadas cuenta con indicadores de desempeño para monitoreo de las relaciones?		
5.4. ¿tiene políticas para que los indicadores/datos/informaciones obtenidos del proceso de diálogo y compromiso de las partes interesadas sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles por sus partes interesadas?		
5.5. ¿esos indicadores/datos/informaciones son utilizados en el proceso de planeamiento general de la empresa?		
5.6. ¿esos indicadores/datos/informaciones son insertados en el balance social de la empresa?		
5.7. ¿utiliza metodologías de diálogo estructurado con las partes interesadas, tales como la Norma AA1000 <sup>12</sup> o similares?		

## Balance Social/ Memoria de RSE / Reporte de Sostenibilidad<sup>13</sup>

6

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

Elabora sin regularidad definida un balance social con informaciones sobre sus acciones sociales y ambientales.

Elabora anualmente un balance social, que describe sus acciones sociales y ambientales e incorporando aspectos cuantitativos.

Produce con amplio involucramiento interno el balance social o reporte de sostenibilidad fácilmente accesible, que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, con tan sólo resultados favorables.

Se elabora un balance social o reporte de sostenibilidad con involucramiento de los grupos de interés externos, que integra las dimensiones sociales, ambientales y económicas de sus actividades e incluye resultados desfavorables y los respectivos desafíos, con metas para el próximo periodo.

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

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

**INFORMACIONES ADICIONALES**

	Sí	No
<b>6.3.</b> ¿en el proceso de elaboración del balance social, la empresa involucra por lo menos a cuatro de los siguientes partes interesadas: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general (por ejemplo, por medio de contactos con organizaciones de defensa del medio ambiente, sindicatos, entidades orientadas a la salud pública o defensa de los derechos humanos, etc.)?		
<b>6.4.</b> ¿la empresa incorpora en el balance social críticas, sugerencias y declaraciones de las partes interesadas?		
<b>6.5.</b> ¿el proceso de divulgación del balance social contempla por lo menos cuatro de las siguientes partes interesadas: público interno, comunidad, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general?		
<b>6.6.</b> ¿la empresa expone datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades vía Internet?		
<b>6.7.</b> ¿la empresa contempla en su balance social datos e indicadores de monitoreo de la distribución de la riqueza, la demostración de valor agregado, por ejemplo?		
<b>6.8.</b> ¿los datos recolectados y utilizados para el balance social son empleados en la planificación estratégica de la empresa?		
<b>Al producir el balance social la empresa tiene en consideración los principios<sup>14</sup>:</b>		
6.9. ¿Inclusión?		
6.10. ¿Relevancia y Materialidad?		
6.11. ¿Transparencia?		
6.12. ¿Alcance?		
6.13. ¿Equilibrio?		
6.14. ¿Comparabilidad?		
6.15. ¿Exactitud?		
6.16. ¿Periodicidad?		
6.17. ¿Claridad?		
6.18. ¿Verificabilidad?		

	2007	2008	2009	2010
<b>6.19.</b> Liste las partes interesadas (Ej.: público interno, proveedores, comunidad, gobierno y sociedad, etc.) comprendidas en la elaboración del balance social				
<b>6.20.</b> Liste las partes interesadas contempladas en el demostrativo de distribución de la riqueza				

## NOTAS

- 1 Ciudadanía Corporativa
  - Es la forma de conducta de la empresa que refleja un comportamiento responsable y proactivo, tanto en los negocios como en el trato con todos sus integrantes, respecto a las comunidades, sociedad y medio ambiente natural (Logan, Roy y Regelbrugge).
  - Es el proceso mediante el cual una compañía desarrolla y administra las relaciones con sus stakeholders (Waddock y Smith).
- 2 Esta auditoría puede ser interna o externa y puede ser realizada por consultoría o profesionales especializados.
- 3 Los debates sobre gobernabilidad corporativa en América Latina y en todo el mundo, se concentran en las sociedades de capital abierto y en las empresas que, aunque de capital cerrado, tienen potencial para la apertura de su capital a corto plazo. (...) Sin embargo, (...) la buena gobernabilidad corporativa constituye un motivo relevante de preocupación también para las sociedades de capital cerrado, pues la mayor parte de ellas aún depende del autofinanciamiento, de operaciones de private equity y del sistema bancario para obtener los recursos necesarios para su expansión y crecimiento. Las sociedades de capital cerrado (en general, empresas familiares o de propiedad de sus propios fundadores) deben adoptar prácticas coherentes de contabilidad y auditoría, bien como controles adecuados y administración y planificación estratégica, si quieren preservar su competitividad." (Fuente: Informe Oficial sobre Gobernabilidad Corporativa en América Latina, de la OCDE). <http://www.oecd.org>
- 4 Ley 19.550 y sus modificatorias - Ley 22.903 (1983) ("Ley de Sociedades Comerciales" o "LSC"): abarca aspectos tales como constitución, reglas contables, fusiones, escisiones y relaciones de control entre sociedades, activos, emisión de acciones, asambleas de accionistas, composición de directorios, comités especiales, comisión fiscalizadora, derechos de los accionistas, disolución, liquidación, etc. Decreto Delegado 677/01, de Transparencia y Mejores Prácticas para el Mercado de Capitales. Ver <http://www.cnv.gov.ar/marco.asp?Lang=0>. Ver también Normas de la CNV <http://www.cnv.gov.ar/LeyesReg/CNV/esp/TOC2001.htm>
- 5 Vea la Declaración Universal de los Derechos Humanos en <http://www.un.org/spanish/aboutun/hrights.htm>. Un ejemplo de cuestiones a las cuales la empresa debe estar atenta es de no invertir ni adquirir fábricas que empleen trabajo infantil o sometan a sus funcionarios a condiciones impropias de salud y seguridad, o en empresas vistas por la comunidad como violadoras de derechos sobre la tierra o de conocimiento tradicional de poblaciones locales. Otro ejemplo es la participación en negocios de representantes del gobierno involucrados en actos de corrupción, situación en que la empresa puede ser vista como connivente con crímenes contra el patrimonio público y distribución fraudulenta de ingresos. Situaciones como ésta generan riesgos que pueden llevar al litigio, extorsión, pérdida de producción, seguros más caros, dificultad de acceso al capital y de reclutamiento y retención de talentos, además, esto es claro, de daños a la reputación.
- 6 Los principios y derechos fundamentales del trabajo están relacionados con la libertad sindical y el reconocimiento del derecho de negociación colectiva, la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio, la abolición de efectiva del trabajo infantil y la eliminación de cualquier tipo de discriminación relacionada al empleo u ocupación. Más información en el sitio web de la OIT en [http://www.oit.org/dyn/declaris/DECLARATIONWEB.INDEXPAGE?var\\_language=SP](http://www.oit.org/dyn/declaris/DECLARATIONWEB.INDEXPAGE?var_language=SP)
- 7 Las directrices de la OCDE para empresas multinacionales sugieren principios y modelos voluntarios para la conducta responsable de empresas en áreas como trabajo y relaciones industriales, derechos humanos, medio ambiente, transparencia, competencia, impuestos y ciencia y tecnología. Más información en el sitio web: <http://www.oecd.org>
- 8 El Pacto Global (Global Compact) es una iniciativa desarrollada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) con el objetivo de movilizar a la comunidad empresarial internacional para la promoción de valores fundamentales en las áreas de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y la lucha anticorrupción. Esta iniciativa cuenta con la participación de las agencias de las Naciones Unidas, empresas, sindicatos, organizaciones no gubernamentales y demás asociados necesarios para la construcción de un mercado global más inclusivo e igualitario. Más información en los sitios web [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org); [www.undp.org.ar](http://www.undp.org.ar); [www.iarse.org](http://www.iarse.org)
- 9 La Declaración del Milenio de las Naciones Unidas es un documento aprobado por la Cumbre del Milenio, realizada del 6 al 8 de septiembre de 2000, en New York (EE.UU). Se trata de un compromiso global para enfrentar los desafíos más significativos en los campos económico y social formulados en la forma de metas a ser cumplidas antes del año 2015. Más información en el sitio web <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/index.html>. Sobre las Metas del Milenio para Argentina ver el documento de Presidencia de la Nación – Octubre 2003 – que contiene los Objetivos para Argentina en [http://www.undp.org.ar/Actividades/28/objetivos\\_html](http://www.undp.org.ar/Actividades/28/objetivos_html)
- 10 Ver <http://www.mecon.gov.ar/cndc/home.htm>. Comisión Nacional de Defensa de la Competencia creada por Ley 22.262 Ley de Defensa de la Competencia.
- 11 Stakeholder: término en inglés ampliamente utilizado para designar las partes interesadas, o sea, cualquier individuo o grupo que pueda afectar al negocio, por medio de sus opiniones o acciones, o sea por él afectado: público interno, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno, accionistas, etc. Hay una inclinación cada vez mayor para considerar stakeholder a quien se juzgue como tal, y en cada situación la empresa debe buscar la elaboración de un mapa de los stakeholders involucrados.
- 12 AA1000 (AccountAbility 1000) es una norma internacional para la gestión de la contabilidad, auditoría y relato de la responsabilidad corporativa. Por medio de la inclusión de stakeholders en varios pasos del proceso, la organización adoptante logra credibilidad frente a sus diversos públicos. Más información en el sitio web [www.accountability.org.uk](http://www.accountability.org.uk)
- 13 Vea Guía de Elaboración de Balance Social según lineamientos del Global Reporting Initiative GRI (Reportes de Sostenibilidad) en <http://www.globalreporting.org/Home/LanguageBar/SpanishPage.htm>.  
Vea Ley 25.877 Régimen Laboral Capítulo IV Balance Social (Art. 25) Obligatorio para empresas de más de 300 trabajadores desde marzo 2004.  
Consulte la página web de IARSE [www.iarse.org](http://www.iarse.org) por artículos y comentarios de especialistas sobre Balance Social.
- 14 Ver GRI 3. <http://www.globalreporting.org/ReportingFramework/G3Online/>

# Público Interno



## Diálogo y Participación

- Indicador 7 – Relaciones con Sindicatos u Otras Asociaciones de Empleados
- Indicador 8 – Gestión Participativa

## Respeto al Individuo

- Indicador 9 – Compromiso con el Futuro de los Niños
- Indicador 10 – Compromiso con el Desarrollo Infantil
- Indicador 11 – Valoración de la Diversidad
- Indicador 12 – Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial
- Indicador 13 – Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género
- Indicador 14 – Relaciones con Trabajadores Tercerizados/ Subcontratados

## Trabajo Decente

- Indicador 15 – Política de Remuneración, Beneficios y Carrera
- Indicador 16 – Cuidados de Salud, Seguridad y Condiciones Laborales
- Indicador 17 – Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad
- Indicador 18 – Comportamiento en los Despidos
- Indicador 19 – Preparación para la Jubilación

## Relaciones con Sindicatos u Otras Asociaciones de Empleados

### **7** Respecto a la participación de empleados en sindicatos y/o en otras asociaciones de empleados en relación con sus representantes<sup>15</sup>, la empresa:

<p>No ejerce presión sobre los empleados involucrados en actividades sindicales u otras asociaciones de empleados.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>No ejerce presión y ofrece libertad para la actuación de los sindicatos u otras asociaciones de empleados en el sitio de trabajo.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de permitir la actuación de los sindicatos u otras asociaciones de empleados en el sitio de trabajo, provee información sobre las condiciones de trabajo, y se reúne periódicamente con los sindicatos u otras asociaciones de empleados para oír sugerencias y negociar reivindicaciones.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de eso, tiene un canal de comunicación consolidado con los sindicatos u otras asociaciones de empleados, informándolos y proveyéndoles datos financieros y relativos a objetivos estratégicos, que afecten a los trabajadores, para facilitar las discusiones.<sup>16</sup></p> <p style="text-align: center;">Etapa 4 <input type="checkbox"/></p>
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)	

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
7.1. ¿suministra información a sus trabajadores y permite reuniones en horario de trabajo para facilitar su actividad gremial?		
7.2. ¿posee una comisión interna de empleadores y trabajadores que esté garantizada por convenio colectivo?		
7.3. ¿pone a disposición de terceros información básica sobre derechos y deberes tales como acuerdos salariales, contribuciones sindicales, etc.?		

## Gestión Participativa

8

Respecto al involucramiento de los empleados en la gestión, la empresa:

Pone a disposición informaciones sobre la empresa (historial, misión, visión, políticas, organigrama, mercados, principales aliados, clientes etc.) y capacita (en la admisión, en programas de integración, brinda entrenamiento sobre nuevos productos y servicios, seminarios y conferencias sobre nuevas políticas y estrategias etc.) a los empleados para que puedan comprenderlas y analizarlas.

Etapa 1

Además de esto, pone a disposición de los empleados informaciones económico-financieras

Etapa 2

Además de lo expuesto en las dos etapas anteriores, tiene un proceso estructurado de discusión y análisis de las informaciones económico-financieras con sus empleados, con el objetivo de prepararlos para que ayuden al comité de gestión o en las decisiones estratégicas, presentando informaciones importantes para la gestión de riesgos y oportunidades.

Etapa 3

Los representantes de los empleados participan activamente en los comités de gestión o en las decisiones estratégicas y tienen comunicación regular con los miembros del gobierno corporativo.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
8.1. ¿Todos los integrantes de comisiones internas de trabajadores son electos por los trabajadores sin interferencia de la empresa?		
8.2. ¿La empresa posee políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos?		
8.3. ¿La empresa posee un programa de incentivo y reconocimiento de las sugerencias de los empleados para la mejora de los procesos internos?		

## Compromiso con el futuro de los niños

**9**

**En el tratamiento de la cuestión de Combate al Trabajo Infantil, la empresa:**

Además de respetar la legislación nacional<sup>17</sup> que prohíbe el trabajo infantil discute internamente la importancia de la educación y las consecuencias del trabajo infantil.

Etapa 1

Además de respetar la legislación nacional que prohíbe el trabajo infantil y discutir la cuestión internamente, posee proyectos que contribuyen para el desarrollo de los hijos de los empleados propios (incluso de los tercerizados/ subcontratados) estimulando sus competencias técnicas y psicosociales (ciudadanía, deportes, artes, etc.).

Etapa 2

Además de lo descrito anteriormente, desarrolla o apoya proyectos para los niños y adolescentes de la comunidad.

Etapa 3

Coordina sus proyectos con otros realizados en la comunidad e interviene en el poder público en beneficio del niño y del adolescente y estimula que las políticas y programas de la empresa en relación a este tema se replique en toda la cadena productiva.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
9.1. ¿discute con otras empresas o presenta propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil en su sector (o de manera general)?		
9.2. ¿tiene un programa específico para contratación de aprendices? <sup>18</sup>		
9.3. ¿considerando su rol social en relación a los aprendices, les ofrece a ellos buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal con el debido acompañamiento, evaluación y orientación?		
9.4. ¿al concluir el período referente al programa de aprendizaje busca emplearlo(s) en la propia empresa y en caso de imposibilidad, otorga oportunidades con empresas u organizaciones asociadas?		

	2007	2008	2009	2010
9.5. Número de menores aprendices en la empresa				
9.6. Número de aprendices contratados luego de finalizado el período de aprendizaje				
9.7. Cantidad de actuaciones que la empresa recibió del Ministerio de Trabajo con relación al uso de mano de obra infantil				

## Compromiso con el desarrollo infantil

### 10 Considerando su contribución al desarrollo infantil en el país y el compromiso con los derechos de los niños, la empresa:

Sigue la legislación vigente<sup>9</sup> de protección a la maternidad (y paternidad, sí aplicable), lactancia y guardería y prohíbe formalmente cualquier tipo de discriminación a la mujer embarazada y a empleados (hombres y mujeres, incluso los tercerizados/ subcontratados) con hijos menores de seis años de edad en procesos de admisión, de promoción o de movilidad interna.

Etapa 1

Adopta políticas y/o iniciativas internas para facilitar la consulta prenatal y el acompañamiento de la niñez de los hijos de sus empleados, por medio de orientación médica, nutricional y psicológica específica, y en el desarrollo de las competencias en la supervivencia, desarrollo, participación y protección de los niños.

Etapa 2

Considera que el éxito de esas políticas y/o iniciativas supone la formación educacional de los padres y su condición de vida, integra esa discusión a sus acciones para el desarrollo personal y profesional de sus empleados. Además de eso, desarrolla campañas de orientación volcadas a la comunidad y extiende la discusión del tema a sus proveedores.

Etapa 3

Considera la cuestión de la protección a la maternidad y a la niñez como un derecho y contribución fundamental al desarrollo de las generaciones presentes y futuras. Se involucra en la elaboración, perfeccionamiento, ejecución, control o evaluación de políticas públicas volcadas a la promoción de los derechos de la infancia.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
10.1. ¿ofrece programas específicos para la salud de la mujer embarazada?		
10.2. ¿ofrece programas de orientación sobre cómo se da el desarrollo integral del niño por medio del fortalecimiento de las competencias familiares (cuidados al nacimiento, alimentación saludable, prevención de dolencias, protección de la integridad del niño, estímulo al desarrollo cognitivo y emocional de los hijos)?		
10.3. ¿hace acompañamiento periódico de la cobertura de vacunas, crecimiento y desarrollo de los hijos de los empleados, solicitando y verificando el Carnet de Vacunación?		
10.4. ¿promueve campañas de inmunización a los empleados y sus dependientes de vacunas no ofrecidas por la salud pública o no cubiertas por las obras sociales del personal?		
10.5. ¿hace acompañamiento de inclusión de los hijos de los empleados en la escuela (solicitando comprobantes de matrícula, particularmente de los niños con necesidades especiales)?		
10.6. ¿posee política específica para empleados padres o responsables de niños con necesidades especiales de forma de garantizarles la posibilidad de acompañar el desarrollo de los hijos de forma adecuada?		
10.7. ¿destina recursos (humanos y/o económicos) para contribuir con organizaciones dedicadas al desarrollo de la infancia?		
10.8. ¿estimula a los empleados a realizar trabajo voluntario y a apoyar a instituciones que promueven los Derechos del Niño y el Adolescente?		
10.9. ¿estimula a los proveedores, contratistas y empresas socias a interesarse y a apoyar la promoción de los Derechos del Niño y el Adolescente?		



**INFORMACIONES ADICIONALES**

<b>Ofrece la empresa los beneficios abajo mencionados para empleados (mujeres y hombres), indiscriminadamente, incluyendo todos los niveles jerárquicos:</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
<b>10.10.</b> ¿Brinda servicios que complementan las prestaciones de la obra social que corresponde?		
<b>10.11.</b> ¿Guardería en el lugar de trabajo o por convenio?		
<b>10.12.</b> ¿Flexibilidad de horario para empleados con hijos menores de 6 años?		
<b>10.13.</b> ¿Auxilio para la educación de los hijos?		
<b>10.14.</b> ¿Los mismos beneficios de sus empleados directos para los trabajadores tercerizados?		
<b>10.15.</b> ¿La empresa posee políticas de acompañamiento del post-parto, particularmente para la identificación de la depresión post-parto?		
<b>10.16.</b> ¿La empresa facilita la utilización de los descansos diarios por lactancia, conforme a la ley <sup>20</sup> en vigor?		

	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>10.17.</b> Porcentual de hijos de empleados matriculados en centros de educación infantil-guardería (0 a 3 años)				
<b>10.18.</b> Porcentual de hijos de empleados matriculados en centros de educación infantil-preescolar (4 y 5 años)				
<b>10.19.</b> Porcentual de hijos de empleados con necesidades especiales matriculados en centros de educación infantil-guardería (0 a 3 años)				
<b>10.20.</b> Porcentual de hijos de empleados con necesidades especiales matriculados en centros de educación infantil-preescolar (4 y 5 años)				
<b>10.21.</b> Porcentual de hijos de empleados con vacunación al día para la edad conforme al calendario básico establecido por el Ministerio de Salud				
<b>10.22.</b> Número de empleados hombres responsables (padres o no) por niños de 0 a 5 años de edad				
<b>10.23.</b> Número de empleadas responsables (madres o no) por niños de 0 a 5 años de edad				
<b>10.24.</b> Número de empleadas embarazadas				
<b>10.25.</b> Total de mujeres empleadas que en el último embarazo hicieron siete o más consultas prenatales				
<b>10.26.</b> Total de empleados hombres (padres o responsables) de niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria				
<b>10.27.</b> Total de empleadas madres o responsables por niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria				
<b>10.28.</b> Número total de niños de 0 a 5 años dependientes de estos empleados (mujeres y hombres)				
<b>10.29.</b> Total de niños dependientes de estos empleados menores de 1 año vacunados conforme al calendario nacional de vacunación obligatorio				
<b>10.30.</b> Total de niños de 4 y 5 años dependientes de estos empleados (mujeres y hombres)				

	2007	2008	2009	2010
<b>10.31.</b> Total de niños de 4 y 5 años matriculados en el preescolar				
<b>10.32.</b> Total de empleadas que ejercieron efectivamente su derecho de descansos diarios por lactancia				
<b>De los empleados tercerizados<sup>a</sup></b>				
<b>10.33.</b> Número de empleados hombres responsables (padres o no) por niños de 0 a 5 años de edad				
<b>10.34.</b> Número de empleadas responsables (madres o no) por niños de 0 a 5 años de edad				
<b>10.35.</b> Número de empleadas embarazadas				
<b>10.36.</b> Total de mujeres empleadas que en el último embarazo hicieron siete o más consultas prenatales				
<b>10.37.</b> Total de empleados hombres (padres o responsables) de niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria				
<b>10.38.</b> Total de empleadas madres o responsables por niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria				
<b>10.39.</b> Número total de niños de 0 a 5 años dependientes de estos empleados/as				
<b>10.40.</b> Total de niños dependientes de estos empleados menores de 1 año vacunados conforme al calendario nacional de vacunación				
<b>10.41.</b> Total de niños de 4 y 5 años dependientes de estos empleados (mujeres y hombres)				
<b>10.42.</b> Total de niños de 4 y 5 años matriculados en el preescolar				
<b>10.43.</b> Total de empleadas con horario flexible para amamantar a su hijo hasta los 6 meses				

<sup>a</sup> A lo largo de todo el documento trabajadores tercerizados, hace referencia a los trabajadores de las empresas con las cuales su establecimiento contrata, subcontrata, cede (total o parcialmente) trabajos o servicios correspondientes a la actividad normal y específica propia del establecimiento, así como a las empresas de servicios eventuales a las cuales recurre para tales actividades.

## Valoración de la Diversidad

### **11** Por reconocer la obligación ética de las empresas de combatir todas las formas de discriminación y de valorar las oportunidades que ofrece la riqueza de la diversidad de nuestra sociedad<sup>21</sup>, la empresa:

Sigue rigurosamente la legislación relacionada a la discriminación y se declara en contra de comportamientos discriminatorios que no promuevan igualdad de oportunidades en el ambiente interno y en la relación con sus clientes, proveedores y comunidad de entorno.

Etapa 1

Además de eso, promueve la diversidad por medio de normas escritas que prohíben prácticas discriminatorias negativas, regulando los procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna, orientando sobre la marcha de posibles denuncias.

Etapa 2

Además de poseer normas escritas y canales para posibles denuncias contra prácticas discriminatorias, realiza entrenamiento específico sobre el tema y utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas y establecer estrategias de reclutamiento y promoción.

Etapa 3

Extiende esas acciones a toda la cadena productiva y participa en foros de valoración de segmentos en desventaja.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

**INFORMACIONES ADICIONALES**

	Sí	No
<b>11.1.</b> La política de valoración de la diversidad y no discriminación consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?		
<b>Esa política contempla explícitamente:</b>		
<b>11.2.</b> ¿la cuestión étnico racial?		
<b>11.3.</b> ¿la cuestión de género?		
<b>11.4.</b> ¿la cuestión de la edad?		
<b>11.5.</b> ¿la cuestión religiosa?		
<b>11.6.</b> ¿la cuestión de la orientación sexual?		
<b>11.7.</b> ¿la cuestión de origen geográfico y clase social?		
<b>11.8.</b> ¿la cuestión de las personas con necesidades especiales?		
<b>11.9.</b> ¿la cuestión de la apariencia física?		
<b>11.10.</b> ¿la empresa incluye requisitos de diversidad en los procesos y herramientas de gestión de personas para monitorear la diversidad de sus cuadros y posibles desigualdades en relación a los segmentos arriba citados, entre otras situaciones?		
<b>11.11.</b> ¿de esta política son derivados procedimientos formales para procesos de selección <sup>22</sup> , admisión, promoción y movilidad interna y despido?		
<b>11.12.</b> ¿en esta política están claramente previstos los mecanismos y canales formales para la presentación de denuncias, análisis y esclarecimiento de hechos que involucren posibles casos de discriminación?		
<b>11.13.</b> ¿la empresa posee programa específico de contratación de personas con discapacidad y atiende rigurosamente la legislación <sup>23</sup> de cantidad de plazas para ese público?		
<b>11.14.</b> ¿la empresa prioriza en sus relaciones comerciales y compra de productos e insumos, ante iguales condiciones, a empresas que tienen programas específicos de contratación de personas con discapacidad?		
<b>11.15.</b> ¿de la política de valoración de la diversidad y de no discriminación derivan procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover personas con discapacidad?		
<b>11.16.</b> ¿la empresa promovió o está promoviendo las adaptaciones necesarias en relación a accesibilidad, de acuerdo con las legislaciones en vigor <sup>24</sup> ?		
<b>11.17.</b> ¿de la política de valoración de la diversidad y de no discriminación se derivan políticas para la contratación de personas de edad superior a los 45 años?		
<b>11.18.</b> ¿de la política de valoración de la diversidad y de no discriminación son derivados procedimientos específicos que aborden la cuestión de la franja etaria de los empleados?		
<b>11.19.</b> ¿la empresa procura evitar la desvinculación de individuos con edad superior a los 45 años?		
<b>11.20.</b> ¿la empresa ofrece oportunidad de trabajo para ex presidiarios?		
<b>11.21.</b> ¿de la política de valoración de la diversidad y de no discriminación se derivan políticas específicas de inclusión para pueblos originarios y minorías étnicas discriminadas?		

	2007	2008	2009	2010
11.22. Porcentual de personas con discapacidad en la empresa				
11.23. Porcentual de personas con discapacidad en cargos ejecutivos				
11.24. Porcentual de personas con discapacidad en cargos de coordinación y jefatura				
11.25. Salario medio mensual de personas con discapacidad				
11.26. Salario medio mensual de personas con discapacidad en cargos ejecutivos				
11.27. Salario medio mensual de personas con discapacidad en cargos de coordinación y jefatura				
11.28. Porcentual de personas con edad superior a los 45 años				

## Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial

### 12 Considerando los hechos de discriminación y las desventajas que caracterizan la situación de la población de diferentes orígenes raciales o étnicos, la empresa:

Sigue rigurosamente la legislación vigente que prohíbe la discriminación racial o étnica y las formas conexas de intolerancia en el mundo laboral y asume internamente una postura contraria a cualquier tipo de prejuicio respecto a todos los grupos de interés. Adopta procedimientos para que se cumpla también en forma rigurosa la legislación en sus contratos con empleados tercerizados/ subcontratados.

Etapa 1

Realiza censo interno periódico para evaluar sus procesos y políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación a la equidad racial. Utiliza esas informaciones para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación, reevalúa procesos y políticas, etc.

Etapa 2

Asume compromiso público de promover la equidad racial, expresada por medio de políticas formales de gestión de personas que prioricen la equidad y realización de acciones afirmativas como garantía de igualdad de oportunidades en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna

Etapa 3

Además de mantener programas de desarrollo profesional, coaching y/o mentoring volcados a empleados de diferentes orígenes raciales o étnicos, estimula la promoción de la igualdad racial en toda su cadena productiva e invierte en programas de la comunidad de mismo objetivo, para concientizar la sociedad sobre el tema.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

**INFORMACIONES ADICIONALES**

	Sí	No
<b>12.1.</b> ¿La política de promoción de la equidad y no discriminación es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?		
<b>12.2.</b> ¿De esta política de promoción de la equidad, se derivan procedimientos específicos para mejorar la calificación y el desarrollo en la carrera de empleados de diversos orígenes étnicos o nacionales?		
<b>12.3.</b> ¿Realiza campañas internas de concientización (seminarios, foros, o encuentros específicos) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la equidad y no discriminación étnica o por origen nacional?		
<b>12.4.</b> ¿La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar figuras estereotipadas o que atenten contra la dignidad de la población de diferente origen étnico o nacionalidad?		

	2007	2008	2009	2010
<b>12.5.</b> Porcentual de personal de diverso origen étnico o nacional en relación al total de empleados				

## Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género

### 13 Con el objetivo de cooperar para combatir el prejuicio, ampliar las posibilidades de las mujeres en el mercado laboral y su capacitación para funciones especializadas, la empresa:

Sigue rigurosamente la legislación del país<sup>25</sup> que prohíbe la discriminación en el mundo laboral y asume internamente una postura contraria a cualquier tipo de prejuicio respecto a todos los grupos de interés.

Realiza un censo interno periódico para evaluar sus procesos y políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación a la equidad de género. Utiliza esa información para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concientización, etc.

Assume un compromiso público de promover la equidad de género, expresada por políticas formales de gestión de las personas que garanticen oportunidades iguales para mujeres y hombres en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna. Realiza acciones afirmativas para garantizar oportunidades iguales de carrera y crecimiento de mujeres y hombres que trabajan en la empresa.

Además de mantener programas de desarrollo profesional, coaching y/o mentoring específicos para las mujeres con el afán de estimular la formación de liderazgos femeninos en la empresa, se esfuerza para que la actitud de promover la equidad de género se replique en toda su cadena productiva e invierte en programas de valoración de la mujer.

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4



Nunca hemos tratado este asunto antes.



No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

**INFORMACIONES ADICIONALES**

	Sí	No
<b>13.1.</b> ¿La política de promoción de la equidad de género es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?		
<b>13.2.</b> ¿De esta política de valoración de la diversidad y de no discriminación son derivados procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover mujeres?		
<b>13.3.</b> ¿La política prohíbe expresamente la contratación, desvinculación o promoción basados en estado civil o condición reproductiva?		
<b>13.4.</b> ¿La política de promoción de la equidad de género es explícita en lo que se refiere a salarios y beneficios, seguridad social, acceso a capacitaciones y becas de estudio?		
<b>13.5.</b> ¿Realiza campañas internas de concientización (seminarios, foros o encuentros específicos) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la valoración de la mujer?		
<b>13.6.</b> ¿El plan de salud de la empresa tiene adaptaciones específicas para el cuidado de la salud de la mujer?		
<b>13.7.</b> ¿La empresa tiene metas de contratación, capacitación y movilidad interna (horizontal y vertical) para promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas?		
<b>13.8.</b> ¿La política de promoción de la equidad de género garantiza la participación femenina en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa?		
<b>13.9.</b> ¿La empresa promueve, cuando es necesario, adecuación de espacios de trabajo y equipamientos para que sean compatibles con las condiciones físicas de las mujeres?		
<b>13.10.</b> ¿La política prohíbe expresamente actividades que puedan intimidar o constreñir a las mujeres en el ambiente de trabajo?		
<b>13.11.</b> ¿La promoción de la equidad de género es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa?		
<b>13.12.</b> ¿La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar una figura femenina estereotipada o que atente contra la dignidad de las mujeres?		
<b>13.13.</b> ¿La política de promoción de la equidad contempla la prohibición expresa de la discriminación contra mujeres con problemas de salud, inclusive HIV positivas?		
<b>13.14.</b> ¿Posee procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológico, moral, físico y sexual en el lugar de trabajo?		
<b>13.15.</b> ¿Promueve campañas de sensibilización de los hombres sobre la importancia de la división de tareas domésticas y sobre la paternidad responsable?		

	2007	2008	2009	2010
<b>13.16.</b> Porcentual de mujeres en relación al total de empleados				
<b>13.17.</b> Porcentual de mujeres en cargos ejecutivos en relación al total de cargos disponibles				
<b>13.18.</b> Porcentual de mujeres en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos disponibles				
<b>13.19.</b> Salario medio mensual de mujeres en cargos ejecutivos – en pesos				

	2007	2008	2009	2010
13.20. Salario medio mensual de hombres en cargos ejecutivos – en pesos				
13.21. Salario medio mensual de hombres en cargos de coordinación y jefatura – en pesos				
13.22. Salario medio mensual de mujeres en cargos de coordinación y jefatura – en pesos				

## Relaciones con Trabajadores Tercerizados/Subcontratados (indicador no aplicable en Ecuador)

### 14 En sus relaciones con<sup>1</sup> Trabajadores tercerizados/subcontratados y/o con los proveedores de esos servicios<sup>26</sup>, la empresa:

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

### INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
14.1. ¿El código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa contemplan cuestiones referidas a la no discriminación de los trabajadores con los cuales la empresa terceriza actividades, servicios, etc.?		
<b>La empresa:</b>		
14.2. ¿integra a los trabajadores tercerizados en sus programas de capacitación y desarrollo profesional?		
14.3. ¿posee un número de trabajadores tercerizados inferior a un 20% (veinte por ciento) del total?		
14.4. ¿posee política de integración de los trabajadores tercerizados con la cultura, valores y principios de la empresa?		

	2007	2008	2009	2010
<b>14.5.</b> Total de mujeres y hombres tercerizados				
<b>Del universo de estos trabajadores:</b>				
<b>14.6.</b> porcentual de mujeres en relación al total de trabajadores tercerizados				
<b>14.7.</b> porcentual de personas con discapacidad				
<b>14.8.</b> porcentual de personas mayores de 45 años				
<b>En este universo de trabajadores tercerizados:</b>				
<b>14.9.</b> remuneración media mensual de las mujeres				
<b>14.10.</b> remuneración media mensual de los hombres				

## TRABAJO DECENTE<sup>27</sup>

# Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera

### 15 En su política de remuneración, prestaciones y carrera, la empresa:

Respeto y busca superar los pisos salariales firmados con los sindicatos o impuestos por el gobierno.

Etapa 1

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

Etapa 2

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

Etapa 3

Trata a los empleados como socios, además de valorar competencias potenciales por medio de la remuneración y del desarrollo profesional, establece mecanismos para que sus representantes participen en la formulación de políticas de remuneración y prestaciones, desarrollo profesional y movilidad interna.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

## INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
<b>15.1.</b> El plan de cargos y salarios de la empresa es transparente y es abordado en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?		
<b>15.2.</b> ¿la remuneración variable de la empresa representa menos del 20% (veinte por ciento) de la masa salarial?		



**INFORMACIONES ADICIONALES**

<b>La empresa:</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
<b>15.3.</b> ¿posee políticas con metas para reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración pagada por la empresa (monitoreada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, incluyendo participación en los resultados y programa de bonificaciones)?		
<b>15.4.</b> ¿efectuó, en los últimos dos años, un aumento de la proporción entre el menor salario de la empresa y el salario mínimo vigente?		
<b>15.5.</b> ¿realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados en lo que se refiere a su política de remuneración y beneficios?		
<b>El programa de participación en los resultados de la empresa, en caso de que lo posea:</b>		
<b>15.6.</b> ¿fue establecido por medio de negociación con comisión de empleados o con sindicato?		
<b>El programa de bonificación de la empresa, en caso de que lo posea:</b>		
<b>15.7.</b> ¿fue establecido por medio de negociación con comisión de empleados o con sindicato?		
<b>15.8.</b> ¿ofrece a los empleados bonificaciones adicionales orientadas por elementos de sustentabilidad, como éxitos a mediano y largo plazo o el alcance de metas relacionadas al desempeño social y ambiental?		

	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>15.9.</b> Total anual de la masa salarial y beneficios – en pesos				
<b>15.10.</b> División del menor salario de la empresa por el salario mínimo vigente				
<b>Con relación al programa de participación en los resultados de la empresa:</b>				
<b>15.11.</b> Porcentual de los valores distribuidos en relación a la masa salarial				
<b>15.12.</b> Porcentual de empleados beneficiados				
<b>Con relación al programa de bonificación de la empresa:</b>				
<b>15.13.</b> Porcentual de valores distribuidos en relación a la masa salarial				
<b>15.14.</b> Porcentual de empleados beneficiados				
<b>15.15.</b> Porcentual de acciones de la empresa en poder de los funcionarios				

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

16

Con el objetivo de asegurar buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad<sup>28</sup>, la empresa:

Cumple rigurosamente las obligaciones legales y tiene planes y metas para alcanzar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.

Posee indicadores para monitorear los planes y metas para superar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.

Además de eso, desarrolla campañas regulares de concientización e investiga el nivel de satisfacción de los empleados con relación al tema, evidenciando áreas críticas.

Además de desarrollar campañas y realizar encuestas, define las metas e indicadores de desempeño relacionados a condiciones de trabajo, salud y seguridad con la participación de los empleados, los incluye en la planificación estratégica y los divulga ampliamente.

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
16.1. ¿fue certificada por la norma SA8000 <sup>29</sup> , por la OHSAS 18001 <sup>30</sup> o por norma equivalente?		
16.2. ¿ofrece un programa de prevención y tratamiento para dependencia de drogas y de alcohol?		
16.3. ¿ofrece un programa específico para portadores de HIV/SIDA?		
16.4. ¿el código de ética posee una política explícita de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos?		
16.5. ¿esa política prevé la no discriminación por HIV/SIDA?		
16.6. ¿posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral <sup>31</sup> que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutra de denuncia y examen de hechos?		
16.7. ¿posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutra de denuncia y examen de hechos?		
16.7. ¿promueve ejercicios físicos durante el horario de trabajo?		
16.8. ¿promueve programa de combate al estrés para los empleados, especialmente para los que desempeñan funciones más estresantes (como operadores de call centers, cajas, etc.)?		
16.9. ¿posee programa de orientación alimentaria y nutricional?		
16.10. ¿desarrolla una política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relacionadas al horario de trabajo y horas extras?		
16.11. ¿posee una política de compensación de horas extras para todos los empleados, inclusive gerentes y ejecutivos?		

	2007	2008	2009	2010
<b>16.13.</b> Media de horas extras por empleado/año				
<b>16.14.</b> Media de accidentes de trabajo por empleado/año				
<b>16.15.</b> Porcentual de accidentes que resultaron en alejamiento temporario de empleados y/o prestadores de servicio				
<b>16.16.</b> Porcentual de accidentes que resultaron en mutilación u otros daños a la integridad física de empleados y/o prestadores de servicios, con alejamiento permanente del cargo				
<b>16.17.</b> Porcentual de accidentes que resultaron en muerte de empleados y/o prestadores de servicio				

## Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad

### 17 Para desarrollar sus recursos humanos, la empresa:

Promueve actividades de entrenamiento puntuales, con el foco centrado en el desempeño de tareas específicas.

Mantiene actividades sistemáticas de desarrollo y capacitación, con vistas al perfeccionamiento continuo de todo su personal.

Además de promover una capacitación continua, ofrece becas de estudio o similares para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la empleabilidad de sus empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual.

En todos los niveles jerárquicos, promueve capacitación continua y ofrece becas de estudio o similares para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la empleabilidad de sus empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual.

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
<b>17.1.</b> ¿analiza periódicamente el perfil socioeconómico de sus empleados en el sentido de estimar sus estrategias de remuneración y beneficios y de educación y desarrollo?		
<b>17.2.</b> ¿mantiene un programa de erradicación del analfabetismo (absoluto y/o funcional), educación básica o enseñanza suplementaria entre sus empleados, con metas y recursos definidos?		
<b>17.3.</b> ¿posee un programa de mapeo para la identificación de capacidades potenciales a ser desarrolladas?		
<b>17.4.</b> ¿contempla en sus políticas de desarrollo programas que promuevan la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización con los valores y principios individuales de sus empleados?		
<b>17.5.</b> ¿posee programas de orientación sobre el planeamiento de carreras de forma de auxiliar a los empleados en la reflexión sobre sus funciones e identificación de objetivos a largo plazo?		

**INFORMACIONES ADICIONALES**

<b>La empresa:</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
<b>17.6.</b> ¿considerando su papel social con relación a los pasantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal en sus respectivas áreas de estudio y con el debido acompañamiento <sup>32</sup> ?		
<b>17.7.</b> al concluir el período referente al programa de pasantías busca emplearlos en la propia empresa y en caso de imposibilidad, procura oportunidades con empresas u organizaciones socias?		

	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>17.9.</b> Porcentual de facturación bruta invertida en desarrollo profesional y educación				
<b>17.10.</b> Número total de analfabetos funcionales en la fuerza de trabajo				
<b>17.11.</b> Porcentual de mujeres analfabetas funcionales en la fuerza de trabajo				
<b>17.12.</b> Porcentual de mujeres con Enseñanza Primaria completa en la fuerza de trabajo				
<b>17.13.</b> Porcentual de mujeres con Enseñanza Secundaria completa en la fuerza de trabajo				
<b>17.14.</b> Porcentual de mujeres con Enseñanza Terciaria o Técnica equivalente completa en la fuerza de trabajo				
<b>17.15.</b> Porcentual de mujeres con Enseñanza Universitaria completa en la fuerza de trabajo				
<b>17.16.</b> Porcentual de hombres analfabetos funcionales en la fuerza de trabajo				
<b>17.17.</b> Porcentual de hombres con Enseñanza Primaria completa en la fuerza de trabajo				
<b>17.18.</b> Porcentual de hombres con Enseñanza Secundaria completa en la fuerza de trabajo				
<b>17.19.</b> Porcentual de hombres con Enseñanza Terciaria o Técnica equivalente completa en la fuerza de trabajo				
<b>17.20.</b> Porcentual de hombres con Enseñanza Universitaria completa en la fuerza de trabajo				

## Comportamiento Frente a Despidos

### 18 Para conducir procesos de despidos, la empresa:

Sigue rigurosamente las legislaciones vigentes y provee al empleado despedido de orientaciones sobre los procedimientos necesarios. En el caso de necesidad de reducción de personal procura analizar las alternativas de contención (Ej.: busca en otras empresas la posibilidad de transferencia temporal del excedente de empleados; reducción de carga horaria, etc.) y reducción de gastos para evitar el despido en masa.

Etapa 1

Adopta políticas y procesos de despido que permiten que se tomen decisiones basadas en evaluaciones de competencia técnica, psicológica y de conducta; que garanticen la impersonalidad de la decisión y el acceso a las informaciones que encaminaron el proceso, a fin de propiciar el crecimiento profesional de la/s personas despedidas. Además de eso, en el caso de despido en masa, analiza indicadores socioeconómicos (edad, estado civil, número de familiares a cargo, etc) para orientar las prioridades.

Etapa 2

Ofrece servicios de recolocación y mantenimiento de prestaciones por tiempo determinado al trabajador despedido sin justa causa. En caso de necesidad de despido en masa, realiza previamente un programa de dimisión voluntaria que mantiene prestaciones por tiempo determinado, salario por antigüedad, etc.

Etapa 3

Además de eso, financia la capacitación (mentoring, coaching, etc.) de los trabajadores despedidos sin justa causa.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
<b>18.1.</b> ¿tuvo reclamos laborales relacionados a despidos en los últimos tres años?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>18.2.</b> ¿acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene políticas para la minimización y mejora de ese indicador?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>18.3.</b> ¿busca establecer un diálogo estructurado con instancias del gobierno local, especialistas, ONG's y sindicatos para conocer, entender, prever y reducir el impacto de un posible cierre de unidades de negocios o plantas, o de la eventual necesidad de recorte de personal <sup>83</sup> ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>18.4.</b> ¿busca asociarse con organizaciones especializadas para desarrollar programas de capacitación y estímulo a los emprendedores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>18.5.</b> ¿ante la necesidad de reducción de personal, prevé una comunicación dirigida para los empleados remanentes sobre los criterios que orientaron las decisiones tomadas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	2007	2008	2009	2010
<b>18.6.</b> Número de empleados al final del período				
<b>18.7.</b> Total del pasivo laboral al final del período				
<b>18.8.</b> Total de demandas laborales habidas en el período				
<b>18.9.</b> Número total de despidos en el período				
<b>18.10.</b> Número total de incorporaciones en el período				
<b>18.11.</b> Porcentual de desvinculados mayores de 45 años de edad en relación al número total de desvinculados.				

## Preparación para la Jubilación

### 19 Con el objetivo de preparar a sus empleados para la jubilación, la empresa:

Ofrece información básica sobre la obtención de la jubilación.

Orienta y ofrece asesoramiento regular sobre las modificaciones de la legislación, alternativas y procedimientos administrativos necesarios para la obtención de la jubilación.

Desarrolla actividades sistemáticas de orientación (colectiva e individual), orientación y preparación para la jubilación, discutiendo sus aspectos psicológicos y de planificación financiera.

Además adoptar un programa sistemático de preparación interna, ofrece oportunidades para aprovechar la capacidad de trabajo de los jubilados.

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
<b>19.1.</b> ¿ofrece un programa de jubilación complementaria a todos sus empleados?		
<b>19.2.</b> ¿involucra a familiares de los empleados en el proceso de preparación para la jubilación?		
<b>19.3.</b> ¿participa de la elaboración de políticas públicas con focalización en tercera edad?		
<b>19.4.</b> ¿participa o apoya programas y campañas públicas o privadas de valoración de la tercera edad?		

	2007	2008	2009	2010
<b>19.5.</b> Número de empleados que participaron en el programa de preparación para la jubilación				
<b>19.6.</b> Número de líderes y jefaturas capacitadas en relación a la cuestión del impacto emocional de la jubilación e importancia de la preparación del empleado				

NOTAS

- 15 Ley 23.551 de Asociaciones Sindicales de Trabajadores y Dto. Reglamentario 467/88 - Para mayor información sobre temas relacionados al trabajo, visite el sitio de la Organización Internacional del Trabajo ([www.oitpais.ext](http://www.oitpais.ext))
- 16 Ver Ley 14.250(t.o.2004) Capítulo 8 del Título 2 de la Ley 20744 (agregado por Ley 24.576) Art.97 y concordantes.
- 17 La COMISION NACIONAL PARA LA ERRADICACION DEL TRABAJO INFANTIL (CONAETI), perteneciente al Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación, es el organismo gubernamental dedicado a la erradicación del trabajo infantil. Página web: <http://www.trabajo.gov.ar/conaeti/> (creada por Decreto 719/2000)
- La Ley 26390 prohíbe el trabajo de las personas menores de 16 años en todas sus formas (elevando la edad mínima de admisión al empleo de 14 a 16 años.
- Al modificar la edad mínima se establece un mecanismo de progresividad: edad mínima de 15 años hasta el 25/05/2010. Se modifica en lo pertinente la legislación laboral en sus diversas modalidades en todo lo relacionado con el trabajo de personas menores: Ley 20744 (Ley de Contrato de Trabajo), Título VIII, arts. 187 a 195, 32 a 35; Decreto Ley 326/56 (Trabajadores de Servicio Doméstico): arts. 2 y 3; Ley 23551 (Ley de Asociaciones Sindicales): art. 13; Ley 23551 (Ley de Asociaciones Sindicales): art. 13; Ley 25013 (de reforma laboral): art. 1 – eleva a 16 años de edad mínima para realizar contrato de aprendizaje).
- Además: Ley 24650 (aprueba Convenio 138 de la OIT tendiente a la abolición del trabajo infantil); Ley 25235 (aprueba Convención 182 de la OIT contra las peores formas del trabajo infantil); Declaración Socio Laboral del MERCOSUR del 10/12/98 (establece pautas en relación al trabajo de menores)
- Consulte datos estadísticos actualizados sobre trabajo infantil y las iniciativas para su erradicación en el Portal EMPRESAS POR LA INFANCIA <http://www.empresasxlainfancia.org>
- Vea también: <http://www.trabajo.gov.ar/left/estadisticas/otia/centroDoc/index.asp?isEstudio=1>
- 18 Aprendices: Ver Ley 25.013, con modificación Ley 26390. Pasantías: Ver Ley 26390
- 19 Ley 20.744 Título VII, Cap. II Artículo 177 a 179
- Se usa la expresión “protección a la maternidad” para identificar la legislación que abarca los derechos de la mujer en el periodo de embarazo, nacimiento y primeros meses de vida del niño.
- Para más información, conozca la Declaración mundial sobre la supervivencia, la protección y el desarrollo del niño disponible en [http://www.iin.oea.org/compromisos\\_Cumbre\\_Mundial.pdf](http://www.iin.oea.org/compromisos_Cumbre_Mundial.pdf)
- Acceda al Portal de EMPRESAS POR LA INFANCIA <http://www.empresasxlainfancia.org> para conocer lo que las empresas pueden hacer por los derechos de la infancia y la adolescencia.
- 20 Artículo 179, Ley 20.744 y disposiciones especiales de convenios colectivos
- 21 Ver Ley 20.744 Art. 17, 73, 81, 172, y 187
- Para más información respecto de este tema ver: Asociación Civil La Usina ([www.lausina.org](http://www.lausina.org)); INADI –Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo- ([www.inadi.gov.ar](http://www.inadi.gov.ar)); Fundación Par ([www.fundacionpar.org.ar](http://www.fundacionpar.org.ar)); Acceso Ya ([www.accesoya.org.ar](http://www.accesoya.org.ar)).
- La Ley N° 24.515 crea el INSTITUTO NACIONAL CONTRA LA DISCRIMINACION, LA XENOFOBIA Y EL RACISMO, en adelante el INADI, con el objeto de elaborar políticas nacionales y medidas concretas para combatir la discriminación, la xenofobia y el racismo, impulsando y llevando a cabo acciones a tal fin. El Decreto 1086/2005 aprueba el Plan Nacional Contra la Discriminación B.O.: 8/9/2005 Bs. As., 7/9/2005
- 22 Para Información sobre legislación general, ver: Convenio sobre la readaptación profesional y el empleo de personas inválidas de la OIT (Convenio 159) aprobado por Ley 23.462. Ley 22.431 (Protección Integral del Discapacitado). Ley 25.280 (Aprueba Convenio Interamericano para la eliminación de toda forma de discriminación contra personas con discapacidad). Ley 24.013 Art. 81, 82, 86, 87, 88. En especial consulte Programas: Resolución 802/2004 MTEySS modificado por Resolución 914/2007 del MTEySS. Beneficios impositivos a empleadores que contratan a trabajadores con discapacidad: Ley 22.431; Ley 24.147 Art. 34; Ley 24.013 Art. 87
- 23 Art. 8 Ley 22.431 modificado por Ley 25.689
- 24 Arts. 20, 21,y 22 Ley 22.431 sustituida por Ley 24.314 y Dto. 914/1997
- 25 Ver Consejo Nacional de la Mujer República Argentina: Derechos de la Mujer en la Constitución Nacional y Legislación sobre Derechos de la Mujer, Equidad de Género y Discriminación. [http://www.cnm.gov.ar/leg\\_nac/legislacion.htm](http://www.cnm.gov.ar/leg_nac/legislacion.htm)
- Ley 25.674 Cupo Sindical Femenino; 24.716 Licencia para trabajadoras madres con hijos con síndrome de down; Ley 23.179 aprueba convenio sobre eliminación de la discriminación de la mujer; Ley 23.451 aprueba convenio sobre igualdad de oportunidades y trato entre trabajadores y trabajadoras: trabajadores con responsabilidad familiares (Convenio 156 de la OIT). Ley 20744 arts. 17, 81 y 172; Ley 22248 art. 8; Ley 26485
- 26 Ley 20.744 Art. 29, 29 bis, 30, 99 y 136. Ley 22.250 Art. 32. Ley 24.013 Arts. 68 a 80. Dto. 1694/2006
- 27 “El trabajo decente resume las aspiraciones de los individuos en lo que concierne a sus vidas laborales, e implica oportunidades de obtener un trabajo productivo con una remuneración justa, seguridad en el lugar de trabajo y protección social para las familias, mejores perspectivas para el desarrollo personal y la integración social, libertad para que los individuos manifiesten sus preocupaciones, se organicen y participen en la toma de aquellas decisiones que afectan a sus vidas, así como la igualdad de oportunidades y de trato para mujeres y hombres”, de la página de la OIT <http://www.ilo.org/public/spanish/decent.htm>.
- La debida registración es la puerta de entrada al trabajo decente ya que posibilita el ejercicio de los derechos que implica el concepto. El trabajo en negro, por lo tanto margina al trabajador de sus derechos esenciales. Ver también Ley 25.877 Art. 7
- 28 Leyes 19.587 – Decreto 351/79; Decreto 911/96 (Regula Higiene y Seguridad para la Industria de la Construcción); Decreto 617/97 (Regula Higiene y Seguridad para la actividad Agraria); Resolución 311/2003 de SRT (Regula Higiene y Seguridad para trabajadores de televisión por cable); Decreto 249/07 (Regula Higiene y Seguridad para actividad Minera) y 24.557 Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo e Higiene y Seguridad. Ver También Res SRT 103/2005 (adopta directrices sobre sistemas de gestión de la seguridad y la salud en el trabajo. ILO-OSH 2001 de la Oficina Internacional del Trabajo como marco referencial para la implementación de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo
- 29 SA8000 es la primera norma orientada para la mejora de las condiciones de trabajo, abarcando los principales derechos de los trabajadores (salud y seguridad, libertad de asociación, límite de horas de trabajo, compensación, seguridades contra trabajo forzado, discriminación y trabajo infantil) y certificando su cumplimiento por medio de auditores independientes. La norma sigue el patrón de la ISO 9000 y de la ISO 14000, lo que facilita la implantación por empresas que ya conocen ese sistema. Más información en [www.cepaa.org](http://www.cepaa.org)

- 30 OHSAS 18001 es una serie de normas de evaluación de salud y seguridad ocupacionales para sistemas de gestión de salud y seguridad. Su objetivo es auxiliar a las empresas en el control de los riesgos de salud y seguridad para los empleados, y fue creada en respuesta a la demanda por una calidad reconocida para evaluación y certificación. Más información en [www.ohsas-18001-occupational-health-and-safety.com/index.htm](http://www.ohsas-18001-occupational-health-and-safety.com/index.htm)
- 31 Asedio moral “es la exposición de los trabajadores y trabajadoras a situaciones humillantes, de manipulación y de sometimiento, reiteradas y prolongadas, durante la jornada de trabajo y en el ejercicio de sus funciones, siendo más comunes en relaciones jerárquicas autoritarias y asimétricas, en las que predominan conductas negativas, relaciones deshumanizadas y no éticas de larga duración, de uno o más jefes, con relación a uno o más subordinados, desestabilizando la relación de la víctima con el ambiente de trabajo y la organización, forzándola a desistir del empleo”. (Fuente: [www.assediomoral.org](http://www.assediomoral.org))
- 32 Conforme a la Ley 26427
- 33 Verbigracia. Ley 24.013 Art.95 a 97 Reestructuración productiva. Art. 98 a 105 Procedimiento Preventivo de Crisis de Empresas y Dtos. Reglamentarios.



# Medio Ambiente



## Responsabilidad con las generaciones futuras

- Indicador 20 – Compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental
- Indicador 21 – Educación y Concientización Ambiental

## Gerenciamiento del impacto ambiental

- Indicador 22 – Gerenciamiento de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios
- Indicador 23 – Sustentabilidad de la Economía Forestal
- Indicador 24 – Minimización de Entradas y Salidas de Insumos

## Compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental

**20** Para tratar con la debida relevancia y responsabilidad los impactos ambientales resultantes de sus actividades, la empresa:

Además de cumplir rigurosamente con los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional, desarrolla programas internos de mejoramiento ambiental.

Etapa 1

Además de eso, prioriza políticas preventivas y posee un área o comité responsable por el medio ambiente.

Etapa 2

Trata la cuestión ambiental como tema transversal en su estructura organizativa y la incluye en la planificación estratégica.

Etapa 3

Desarrolla nuevos negocios (o nuevos modelos para negocios ya existentes) teniendo en cuenta, desde la concepción, los principios y las oportunidades relacionadas a la sustentabilidad ambiental.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
20.1. ¿posee política ambiental formal, de conocimiento de todos los empleados, y que consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?		
20.2. ¿tiene una persona responsable en el área de medio ambiente que participa de sus decisiones estratégicas?		
20.3. ¿participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad?		
20.4. ¿contribuye a la preservación de la biodiversidad <sup>35</sup> por medio de políticas específicas y/o proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados <sup>36</sup> ?		
20.5. ¿tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de la explotación ilegal de recursos naturales (como madera, productos forestales no madereros, animales, etc.)?		
20.6. ¿dispone de procesos para mapeo y análisis sistémico para la mejora de la calidad ambiental?		

## Educación y Concientización Ambiental

**21** Con el objetivo de contribuir con la concientización de la población sobre los desafíos ambientales resultantes de la actividad humana y cultivar valores de responsabilidad ambiental, la empresa:

Desarrolla acciones de educación ambiental y entrenamiento de empleados sobre esa temática, puntualmente o como resultado de la presión externa (como exigencias del gobierno, crisis de suministro, etc.)

Etapa 1

Desarrolla sistemáticamente actividades de educación ambiental con el foco centrado en el público interno, poniendo a su disposición informaciones y promoviendo discusiones.

Etapa 2

Además de campañas internas, desarrolla campañas de concientización y educación ambiental<sup>37</sup> dirigidas a familiares de empleados, proveedores, consumidores y clientes y a la comunidad del entorno inmediato de la empresa.

Etapa 3

Además de desarrollar campañas, la empresa apoya o participa de proyectos educacionales en asociación con organizaciones no gubernamentales y ambientalistas, ejerciendo liderazgo social en favor de esa causa.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
21.1. ¿desarrolla periódicamente campañas internas de reducción del consumo de agua y de energía?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.2. ¿desarrolla periódicamente campañas internas de educación con base en las tres R's: Reducción, Reutilización y Reciclaje <sup>38</sup> ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.3. ¿desarrolla periódicamente campañas internas de educación para el consumo consciente <sup>39</sup> ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

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

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

Realiza estudios de impacto ambiental según las exigencias de la legislación y centra el foco de su acción preventiva en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y riesgo a la seguridad de sus empleados.

Etapa 1

Además de cumplir con la obligación legal, conoce y desarrolla acciones para prevenir los principales impactos ambientales causados por sus procesos y productos o servicios, y realiza regularmente actividades de control y monitoreo.

Etapa 2

Adopta sistemas de gestión ambiental estandarizados y formalizados, incluyendo amplia identificación de riesgos, plan de acción, destino de recursos, entrenamiento de empleados y auditoría.

Etapa 3

Además de adoptar sistema de gestión ambiental, produce estudios de impacto en toda la cadena productiva; desarrolla alianzas con proveedores con la finalidad de mejorar sus procesos de gestión ambiental y participa en la destinación final del producto y procesos post-consumo.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

**INFORMACIONES ADICIONALES**

La empresa:	Sí	No
22.1. ¿posee un plan de emergencia ambiental que relaciona todos sus procesos y productos o servicios que envuelven situaciones de riesgo, y entrena a sus empleados en intervalos frecuentes para enfrentar tales situaciones?		
22.2. ¿posee una política y sistema de monitoreo que busca el aumento de la calidad ambiental de la logística y gestión de flota (tanto para vehículos de la empresa como para los de terceros que brinden servicios a la empresa)?		
22.3. ¿posee un programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, y para la recolección de materiales tóxicos o el reciclaje post-consumo?		
22.4. ¿brinda a sus consumidores y clientes información detallada sobre daños ambientales resultantes del uso y del destino final de sus productos?		
22.5. ¿debate con los empleados, consumidores y clientes, proveedores y la comunidad los impactos ambientales causados por sus productos o servicios?		
22.6. ¿prioriza la contratación de proveedores que comprobadamente tengan buena conducta ambiental?		
22.7. ¿posee certificaciones ambientales como la ISO 14001, FSC, etc.?		

La empresa:	2007	2008	2009	2010
22.8. Cantidad media de incidentes, sanciones y/o multas por violación de las normas de protección ambiental				
22.9. Total del pasivo ambiental del período				

## Sustentabilidad de la Economía Forestal

**23** Con el objetivo de contribuir a la conservación de los bosques, combatir la explotación ilegal y predatoria, y proteger la biodiversidad, la empresa:

Reconoce la importancia de la verificación del origen y de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales<sup>40</sup> utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo. No adopta política interna o programa específico.

Mantiene política o programa específico para la verificación del origen y de la cadena producción de los insumos madereros y forestales utilizados en su operación diaria y proceso productivo.

Los insumos madereros y forestales utilizados en la operación diaria y/o proceso productivo poseen certificación de origen y de la cadena de custodia<sup>41</sup>.

Los insumos madereros y forestales utilizados en las instalaciones y/o productos de la empresa tienen certificación de origen y de la cadena de custodia

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
23.1. ¿realiza visitas programadas o eventualmente no programadas para realizar monitoreo del origen o de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales?		
23.2. ¿incentiva a sus proveedores a buscar la certificación ambiental?		
23.3. ¿prioriza y apoya a proveedores contratados en la búsqueda de la sustentabilidad forestal?		

La empresa:	2008	2009	2010
23.4. Visitas programadas o no programadas para monitorear el origen de sus insumos			
23.5. Cantidad de insumos utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo con origen verificado			
23.6. Cantidad de insumos utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo con cadena productiva certificada			

## Minimización de Entradas y Salidas de Insumos

24

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

Busca reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas e implantar procesos de destinación adecuada de residuos, sin alterar su estándar tecnológico actual.

Invierte en la actualización de su estándar tecnológico, con vistas a reducir y/o sustituir recursos de entrada y la reutilización de residuos (por la misma empresa o por terceros).

Además de invertir en la reducción y en la reutilización de recursos, adopta un proceso para medir, monitorear y auditar periódicamente los aspectos ambientales significativos relacionados al consumo de recursos naturales y a la producción de residuos y desechos, estableciendo periódicamente nuevas metas.

Está cerca de alcanzar un alto nivel de sustentabilidad ambiental por medio de estrategias de reutilización y compensación ambiental que abarquen todo el sistema productivo.

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
24.1. ¿posee iniciativas para el uso de fuentes de energía renovable?		
24.2. ¿mantiene acciones de control de la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a su servicio?		

<b>La empresa posee un sistema de monitoreo con metas específicas para:</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
<b>24.3.</b> ¿el aumento de la eficiencia energética?		
<b>24.4.</b> ¿la reducción del consumo de agua?		
<b>24.5.</b> ¿la reducción de la generación de residuos sólidos?		
<b>24.6.</b> ¿la reducción de la emisión de CO2 y otros gases del efecto invernadero en la atmósfera?		

	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>24.7.</b> Total invertido en programas y proyectos de mejora ambiental (en pesos)				
<b>24.8.</b> Porcentual de facturación bruta gastado en programas y proyectos de mejora ambiental				
<b>24.9.</b> Consumo anual de energía (en kWh)				
<b>Consumo anual de combustibles fósiles:</b>				
<b>24.10.</b> Gasolina/diesel (en litros)				
<b>24.11.</b> Aceite combustible (en toneladas)				
<b>24.12.</b> Gas – GLP/GN (en m3)				
<b>24.13.</b> Consumo anual de agua (en m3)				
<b>24.14.</b> Volumen medio anual de CO2 y otros gases de efecto invernadero emitidos a la atmósfera (en toneladas)				
<b>24.15.</b> Cantidad anual (en toneladas) de residuos sólidos generados (basura, desechos, escombros)				

## NOTAS

- 34 Para más información, vea CEADS/BCSD – Argentina (Consejo Empresario para el Desarrollo Sostenible) <http://www.ceads.org.ar>
- 35 Fruto de Rio 92, la CDB constituye una importante convención multilateral. Ella cuenta con 187 países signatarios, además de la Unión Europea. Para saber cómo operar de forma de apoyar la Convención de la Biodiversidad, visite: [www.wbcsd.org](http://www.wbcsd.org) y [www.biodiv.org](http://www.biodiv.org)
- 36 Para ver la lista, visite el sitio de The World Conservation Union en <http://www.iucn.org>
- 37 Ver Fundación Ambiente y Recursos Naturales (FARN) <http://www.farn.org.ar>
- 38 La tres R's (Reducción, Reutilización y Reciclaje) son los pasos para que individuos, instituciones y gobiernos, según la Agenda 21, consigan realmente minimizar la explotación de recursos naturales, el impacto ambiental de nuestra sociedad urbano-industrial y, en definitiva, la cantidad de nuestra basura. Reducción supone la adopción de medidas para evitar el descarte de productos, implicando una disminución en el propio uso, en el consumo, en el desperdicio de bienes. En último análisis, la reducción depende de una profunda revisión de los patrones de producción y consumo. Reutilización, por su parte, engloba las actividades que aprovechan productos antes de su descarte como reutilización directa (el reverso de las hojas de papel y de envases, por ejemplo), restauraciones, cambio de usos, artesanías hechas con sobras, etc. El Reciclaje es la recuperación de los materiales descartados, modificándose sus características físicas. Difiere de la reutilización, donde los descartados mantienen sus características. El reciclaje puede ser directo (pre-consumo) cuando son reprocesados materiales descartados en la misma línea de producción, como cortes de papel, rebarras metálicas, etc.; o indirecta (post-consumo), cuando son reprocesados materiales que fueron descartados como basura por sus usuarios.
- 39 Cualquier organización, en sus opciones cotidianas, ya sea en la forma en que consume recursos naturales, productos y servicios, ya sea por la opción de las empresas proveedoras de las cuales va a comprar en función de su responsabilidad social, puede ayudar a construir una sociedad más sustentable y justa. Para saber más sobre este tema y entender cómo ser un consumidor conciente, visite el sitio del Instituto Akatu (Brasil) para el Consumo Conciente en <http://www.akatu.net>
- Ver: Red Argentina de Comercio Justo [http://www.enredando.org.ar/noticias\\_desarrollo.shtml?x=20833](http://www.enredando.org.ar/noticias_desarrollo.shtml?x=20833)
- 40 Una organización conciente de su papel en la cadena de consumo y producción, y principalmente de su poder de cambiar la actual situación de explotaciones ilegales y predatorias de los bosques y de la distribución desigual e injusta de las riquezas obtenidas por la exploración de la biodiversidad (un bien común, o sea de toda la humanidad) y de la apropiación de conocimientos y de prácticas tradicionales podrá, por medio de su liderazgo, ayudar en la conservación forestal, de la biodiversidad y actuar de forma a distribuir de manera equitativa la riqueza obtenida por su utilización. Ejemplos de productos provenientes de los bosques utilizados en la operación diaria o en la producción: celulosa de papel, embalajes, maderas para muebles, lápices, pisos, madera para construcciones civiles, entre otros. Además de estos productos también existen los no madereros, como aceites, hierbas y frutos utilizados en la fabricación de diversos productos como medicamentos, alimentos, cosméticos, etc.
- 41 Una de las certificaciones más importantes es la del FSC (Forest Stewardship Council, que significa Consejo de Manejo Forestal) cuyo objetivo es difundir el buen manejo forestal conforme a principios y criterios que concilian las salvaguardas ecológicas con los beneficios sociales y la viabilidad económica. El sello FSC atestigua que la madera (u otro insumo forestal) utilizada en un producto es oriunda de una explotación forestal manejada de forma ecológicamente adecuada, socialmente justa y económicamente viable, conforme al 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 al desarrollo social y económico. El sello también orienta al comprador mayorista o minorista a escoger un producto diferenciado y con valor agregado, capaz de conquistar un público más exigente y, así, abrir nuevos mercados. Productos intermediarios o finales que utilizan materia prima forestal con el sello Cadena de Custodia FSC son rastreados desde la materia prima hasta el consumidor final. Para más información visite <http://www.fsc.org/esp>. También en <http://www.sagpya.mecon.gov.ar/new/0-0/forestacion/silvo/sustenta.htm>

# Proveedores

## Selección, evaluación y alianza con proveedores

- Indicador 25 – Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores
- Indicador 26 – Trabajo Infantil en la Cadena Productiva
- Indicador 27 – Trabajo Forzado en la Cadena Productiva
- Indicador 28 – Apoyo al Desarrollo de Proveedores





## Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

25

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

Adopta políticas de selección y evaluación de proveedores y aliados conocida por los grupos de interés y basadas sólo en factores como calidad, precio y plazo.

Etapa 1

Tiene normas conocidas de selección y evaluación de proveedores que contemplan criterios y exigencias relativas al cumplimiento de la legislación laboral, de la seguridad social y fiscal.

Etapa 2

Además de criterios básicos de respeto a la legislación, sus normas de selección y evaluación de proveedores incluyen criterios específicos de responsabilidad social como prohibición del trabajo infantil, relaciones de trabajo adecuadas y adopción de estándares ambientales.

Etapa 3

Además de los criterios descritos anteriormente, estimula y recoge evidencias de que sus proveedores reproducen sus exigencias respecto a la responsabilidad social para sus respectivos proveedores, y monitorean esos criterios periódicamente.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
25.1. ¿Constan en el código de conducta y/o declaración de valores, las políticas y criterios para relacionarse con los proveedores?		
<b>La empresa:</b>		
25.2. ¿al seleccionar proveedores (o desarrollar nuevos proveedores), incluye como criterio la práctica efectiva de procesos éticos de la gestión de la información de carácter privado obtenidas en sus relaciones con clientes o con el mercado en general?		
25.3. ¿posee una política explícita o un programa específico de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores?		
25.4. ¿produce un reporte periódico con evidencias de que se están cumpliendo e implementando cuestiones relacionadas a la responsabilidad social empresarial en su cadena productiva?		
25.5. ¿debate cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores, buscando la capacitación y adecuación de los mismos a sus criterios?		
25.6. ¿establece un plazo formal para que sus proveedores se adecuen a sus criterios de responsabilidad social?		
25.7. ¿al exigir prácticas de responsabilidad social de sus proveedores, realiza visitas para verificar el cumplimiento de esas prácticas?		
25.8. ¿conoce en profundidad el origen de las materias primas, insumos y productos utilizados en su producción o en las operaciones diarias y tiene la garantía de que en esos orígenes los derechos humanos y el medio ambiente son respetados?		
26.9. ¿adopta criterios de compra que consideren la garantía de origen para evitar la adquisición de productos "piratas", falsificados o frutos de robo de carga?		

La empresa	2007	2008	2009	2010
25.10. Porcentual del total de proveedores que recibieron visita de verificación de prácticas de responsabilidad social				
25.11. Capacitaciones, cursos, conferencias o reuniones sobre prácticas de responsabilidad social ofrecidas a los proveedores				
25.12. Total de proveedores				
25.13. Total pagado por bienes, materiales y servicios adquiridos en el período				

## Trabajo Infantil en la Cadena Productiva<sup>42</sup>

26

En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

Posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo infantil, discute este tema con los proveedores y los estimula a cumplir con la legislación.

Etapa 1

Además de discutir este tema, posee cláusula específica relativa a la prohibición del trabajo infantil en sus contratos con los proveedores.

Etapa 2

Además de poseer esa cláusula, verifica su cumplimiento periódicamente y realiza campañas de concientización para todos los proveedores, y asume públicamente su postura de rechazo a la mano de obra infantil.

Etapa 3

Articula programas y actividades para erradicar el trabajo infantil de forma general, asociada a organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
26.1. ¿tiene como práctica el procedimiento periódico de evaluación, verificación e informes sobre su cadena productiva, realizando inspecciones in situ y exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra infantil?		

La empresa	2007	2008	2009	2010
26.2. Total de actuaciones realizadas por la empresa para verificar la no utilización de mano de obra infantil en su cadena productiva				

## Trabajo Forzado en la Cadena Productiva

### 27 En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

Cumple rigurosamente la legislación, y posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo forzado<sup>43</sup>, y exige de los proveedores el cumplimiento de la legislación.

Además, verifica periódicamente el cumplimiento de la ley e incluye la prohibición del trabajo forzado como cláusula específica en sus contratos con proveedores.

Además de poseer en sus contratos esa cláusula, verifica su cumplimiento periódicamente y realiza campañas de concientización para todos los proveedores. Asume públicamente su postura de rechazo al trabajo forzado.

Articula programas y actividades que tienen el afán de erradicar el trabajo forzado de forma general, junto con aliados de las organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
27.1. ¿tiene como práctica el procedimiento periódico de evaluación, verificación, pedido de informes de evaluación y acompañamiento de sus proveedores, exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra forzada?		
27.2. ¿antes de comprar o contratar a un proveedor, tiene como procedimiento verificar si cumple con la legislación laboral vigente?		

La empresa	2007	2008	2009	2010
27.3. Total de actuaciones realizadas por la empresa para verificar la no utilización de mano de obra forzada en su cadena productiva				

## Apoyo al Desarrollo de Proveedores

28

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

Negocia con transparencia y establece relaciones contractuales con base tan sólo en criterios comerciales.

Etapa 1

Contribuye para la mejora del estándar gerencial de los proveedores, al colocar a disposición informaciones y al promover actividades conjuntas de entrenamiento.

Etapa 2

Además de contribuir a la mejora gerencial de los proveedores, mantiene con ellos relaciones comerciales duraderas y utiliza criterios de negociación que contemplan su crecimiento futuro.

Etapa 3

Además de contribuir para el crecimiento de sus proveedores de igual o menor porte, estimula y facilita su compromiso en proyectos sociales y ambientales.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
<b>28.1.</b> ¿realiza Negocios Inclusivos entre sus proveedores a individuos o grupos de la comunidad, tales como cooperativas de pequeños productores o de iniciativas solidarias, asociaciones de barrio y organizaciones con proyectos de generación de renta para grupos comúnmente excluidos (poblaciones nativas, personas con discapacidad, microemprendimientos o emprendimientos productivos de base social –EPBS–, etc.)?		
<b>28.2.</b> ¿apoya organizaciones que practican y promueven el Comercio Justo <sup>44</sup> ?		
<b>28.3.</b> ¿tiene como norma el tratamiento justo a los proveedores, privilegiando al pequeño proveedor (con remuneración justa y en término, calidad en la relación, programas de calificación y de transferencia de tecnologías, etc.)?		
<b>28.4.</b> ¿estimula la formación de redes o cooperativas de pequeños proveedores, ayudándolos a adecuarse a nuevos modelos de suministro?		
<b>28.5.</b> ¿tiene una política de compras <sup>45</sup> que privilegie a proveedores con certificación socioambiental (como SA8000 <sup>46</sup> , ISO 14000 <sup>47</sup> , FSC <sup>48</sup> , FLO <sup>49</sup> , etc.)?		
<b>28.6.</b> ¿tiene mecanismos formales que permitan que sus valores y principios (tales como buenas condiciones de trabajo, ausencia de mano de obra infantil y forzada (o análoga a la esclava), protección al medio ambiente, equidad de género, transparencia, participación y rendimiento de cuentas) sean transmitidos a la cadena de proveedores?		
<b>28.7.</b> ¿posee ombudsman de proveedores o función similar para asegurar una relación de asociación con ese público?		

#### NOTAS

- 42 Como forma de prevenir y eliminar el trabajo infantil, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) ha adoptado la Convención 138, de 1973, sobre la edad mínima de admisión al empleo y la convención 182, de 1999, sobre la prohibición de las peores formas de trabajo infantil y su eliminación. Más información en: [www.ilo.org/](http://www.ilo.org/)
- 43 Artículo 2º de la Convención 29 de la OIT sobre Trabajo Forzado u Obligatorio – Define y limita el uso de la expresión “trabajo forzado u obligatorio”, la cual se refiere a “todo trabajo o servicio exigido de una persona bajo amenaza de sanción y para el cual no se haya ofrecido espontáneamente”. Para más información sobre Trabajo Forzado, visite [www.ilo.org](http://www.ilo.org).
- 44 Comercio Justo es una expresión utilizada para identificar el movimiento internacional llamado Fair Trade que, además de justo, es un comercio ético y solidario basado en principios como la erradicación del trabajo infantil y del trabajo esclavo, la eliminación de las discriminaciones relativas a la raza, género y religión y la preservación de la salud de las personas y del medio ambiente. Más información en <http://www.fairtrade.net/>
- 45 La organización podrá dar inicio a estas prioridades en compras esporádicas, como por ejemplo con los regalos de fin de año. El cambio requiere un mapeo de todos los insumos y materiales y/o servicios utilizados en su actividad y en seguida planear la transición.
- 46 SA 8000. Vea nota 24 en Público Interno.
- 47 Una serie de parámetros que auxilian a la empresa a establecer e implementar un sistema de gestión ambiental, proveyendo los requisitos que serán considerados para fines de auditoría y certificación. Con base referencial en métodos y análisis, la ISO 14000 busca garantizar que un determinado agente productor de bienes y servicios utilice procesos gerenciales y procedimientos específicos que busquen la reducción de las posibilidades de denuncia de daños ambientales. Más información en <http://www.iso.org>.
- 48 Ver nota 41.
- 49 FLO (Fair Trade Labelling Organizations) es una organización internacional de certificación de productos de comercio justo.

# Consumidores y Clientes

## Dimensión social del consumo:

- Indicador 29 – Política de Comunicación Comercial
- Indicador 30 – Excelencia en la Atención
- Indicador 31 – Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de Productos y Servicios



## Política de Comunicación Comercial

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

Actúa rigurosamente de acuerdo con la legislación de defensa del consumidor<sup>50</sup>. Focaliza sus estrategias de comunicación en los objetivos relacionados al volumen de ventas y resultados financieros.

Etapa 1

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

Etapa 2

Tiene conciencia de su papel en la formación de valores<sup>51</sup> y estándares de consumo y comportamiento de la sociedad y y actúa en forma tal que su comunicación posibilita la creación de valores positivos en el entorno para contribuir con el desarrollo sostenible.

Etapa 3

Además de adoptar esa política de comunicación, desarrolla alianzas con proveedores, distribuidores, asistencia técnica y representantes de consumidores, para crear una cultura de responsabilidad y transparencia en la comunicación.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
<b>29.1.</b> ¿La política de comunicación comercial consta en el código de conducta y/o declaración de valores?		
<b>La empresa:</b>		
<b>29.2.</b> ¿actualiza siempre que es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, envases, prospectos, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) para tornar más transparente la relación y más seguro el uso de sus productos?		
<b>29.3.</b> ¿llama la atención del cliente/consumidor por alteraciones en las características de sus productos o servicios (composición, aspecto, calidad, plazos, peso, precio, etc.)?		
<b>29.4.</b> ¿tiene una política formal contra la publicidad que coloque niños, adolescentes, mujeres, representantes de minorías étnicas o cualquier individuo en situación prejuiciosa, denigrante, irrespetuosa o de riesgo?		
<b>29.5.</b> ¿realiza un análisis previo de las piezas publicitarias para verificar la coherencia con sus valores y principios?		
<b>29.6.</b> ¿posee políticas específicas para asegurar que la comunicación orientada al público infante-juvenil sea responsable?		
<b>29.7.</b> ¿interactúa con sus proveedores y distribuidores estimulándolos a que asuman una postura responsable en relación a la comunicación orientada al público infante-juvenil?		
<b>29.8.</b> ¿realiza un análisis previo de las piezas publicitarias para verificar su conformidad con la Declaración Universal de los Derechos Humanos?		
<b>29.9.</b> ¿tuvo, en los últimos tres años, alguna campaña o pieza de comunicación que haya sido objeto de reclamo de clientes, proveedores o competidores?		
<b>29.10.</b> ¿en los últimos tres años, tuvo campañas o piezas publicitarias retiradas del aire o apartadas por presión de organizaciones de la sociedad civil organizada?		

## Excelencia de la Atención

**30**

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

Posee un servicio de atención básica receptivo, ampliamente divulgada, enfocado en la información y en la solución de demandas individuales.

Proporciona al consumidor/cliente, fácil acceso al servicio de su interés, registra y comunica internamente sus requerimientos, resolviendo rápida e individualmente las demandas y lo orienta sobre los procedimientos adoptados.

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

Promueve la mejora continua de su atención priorizando el diálogo y el compromiso de los grupos de interés en el proceso.

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4



Nunca hemos tratado este asunto antes.



No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
<b>30.1.</b> ¿La política y las normas de relación con los clientes y consumidores constan en el código de conducta y/o declaración de valores?		
<b>La empresa:</b>		
<b>30.2.</b> ¿tiene un ombudsman del consumidor o función similar?		
<b>30.3.</b> ¿ofrece servicio de atención al cliente (SAC) u otra forma de servicio especializado para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios?		
<b>30.4.</b> ¿asegura la igualdad de acceso al SAC en lo que hace a costos y formas para todos sus clientes, independientemente del lugar de residencia en el país?		
<b>30.5.</b> ¿promueve la capacitación continua de sus profesionales de atención al cliente para establecer una relación ética y de respeto de los derechos del consumidor?		
<b>30.6.</b> ¿entrena e incentiva a sus profesionales de atención al cliente a reconocer fallas y a actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas?		
<b>30.7.</b> ¿advierte continuamente a sus profesionales de atención y áreas correlativas sobre la importancia de procedimientos éticos en la obtención, mantenimiento y uso de las informaciones de carácter privado resultantes de la interacción con sus consumidores, clientes o usuarios?		
<b>30.8.</b> ¿el servicio de atención a consumidores/clientes es evaluado por indicadores y tiene representación en los procesos de toma de decisión de la empresa?		
<b>30.9.</b> ¿al vender productos y servicios la empresa utiliza solamente argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente?		
<b>30.10.</b> ¿tiene una política explícita de no soborno para obtener la decisión de compra de productos o contratación de servicios?		
<b>30.11.</b> ¿posee una política formal de protección de la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario?		



La empresa:	Sí	No
<b>30.12.</b> ¿informa al cliente el propósito de la solicitud de informaciones personales antes de hacerla?		
<b>30.13.</b> ¿solicita solamente informaciones personales relevantes y no más de la necesaria para los objetivos declarados?		
<b>30.14.</b> ¿provee información del cliente a terceros sólo mediando su autorización?		
<b>30.15.</b> ¿posee una política que permite al consumidor, cliente o usuario, la inclusión, alteración y exclusión de sus datos del banco de información de la empresa?		

La empresa	2007	2008	2009	2010
<b>30.16.</b> Facturación Anual				
<b>30.17.</b> Total de consumidores y clientes				
<b>30.18.</b> Total de llamadas atendidas por el SAC				
<b>30.19.</b> Porcentual de reclamos en relación al total de llamadas atendidas por el SAC				
<b>30.20.</b> Porcentual de reclamos no atendidos por el SAC				
<b>30.21.</b> Tiempo medio de espera en el teléfono del SAC hasta el inicio de la atención (en minutos)				
<b>30.22.</b> Cantidad de innovaciones implementadas en razón a la intervención del ombudsman y/o del servicio de atención a consumidores/clientes				

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

### 31 Respecto al conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de sus productos y servicios<sup>52</sup>, la empresa:

Realiza esporádicamente estudios e investigaciones técnicas sobre daños potenciales de sus productos y servicios para los consumidores/clientes.

Etapa 1

Realiza regularmente estudios e investigaciones técnicas sobre riesgos potenciales y divulga tales informaciones para aliados comerciales, adoptando medidas preventivas o correctivas cuando se detectan riesgos de fallas. Provee informaciones detalladas sobre sus productos y servicios a sus consumidores y clientes.

Etapa 2

Además de eso, obtiene, por medio del diálogo constante el compromiso activo de su público interno, proveedores, distribuidores, consumidores y clientes para perfeccionar, en forma continua, sus productos y servicios, sustituyendo componentes, tecnologías y procedimientos para minimizar o evitar los riesgos a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente.

Etapa 3

Considera, además, los valores y principios de la empresa, el desarrollo sostenible y la ética<sup>53</sup> dimensiones importantes en la concepción o reformulación, fabricación y venta de sus productos y/o servicios prestados.

Etapa 4



Nunca hemos tratado este asunto antes.



No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

**INFORMACIONES ADICIONALES**

<b>La empresa:</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
<b>31.1.</b> ¿mantiene un programa especial focalizado en la salud y seguridad del consumidor/cliente sobre sus productos y servicios?		
<b>31.2.</b> ¿posee sistemas internos ágiles y capacita a su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis?		
<b>31.3.</b> ¿Se le iniciaron en los últimos 3 años procesos judiciales o administrativos por el no cumplimiento de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente ?		
<b>31.4.</b> ¿tuvo, en los últimos cinco años, productos retirados del mercado por presión de clientes/consumidores u órganos de defensa?		
<b>31.5.</b> ¿tiene servicios/productos prohibidos en otros países y aún comercializados en Argentina o exportados?		
<b>En relación a violaciones al Código de Defensa del Consumidor, la empresa:</b>		
<b>31.6.</b> ¿tuvo productos multados por el no cumplimiento del reglamento referente a información y rotulado?		

<b>En relación a violaciones al Código de Defensa del Consumidor:</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>31.7.</b> Cantidad de procesos administrativos				
<b>31.8.</b> Cantidad de procesos judiciales (civiles y penales) recibidos				

#### NOTAS

---

50 Ley 24.240. Defensa del Consumidor y su reforma 2008.

51 Vea <http://www.wachay.org>. Wachay - Comunicación & Responsabilidad Ciudadana es una organización sin fines de lucro, autónoma, no partidaria y no confesional que trabaja desde la comunicación pública para concienciar en temas de responsabilidad ciudadana y consumo responsable.

52 Las empresas prestadoras de servicios tienen como fuente potencial de daños al cliente, la exposición de los datos personales usados en las transacciones. Es importante considerar también este aspecto en la auto-evaluación.

53 Nos referimos aquí al principio kantiano de sólo hacer a los otros aquello que se harían a sí mismos.

# Comunidad



## Relaciones con la comunidad local

- Indicador 32 – Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno
- Indicador 33 – Relaciones con Organizaciones Locales

## Acción social

- Indicador 34 – Financiamiento de la Acción Social
- Indicador 35 – Involucramiento con la Acción Social

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

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

Procura tomar medidas reparatorias en respuesta a reclamos y requerimientos de la comunidad.

Conoce en profundidad sus impactos en la comunidad, posee un proceso estructurado para registrar reclamos y promueve reuniones sistemáticas para informar al liderazgo local sobre las disposiciones tomadas.

Posee una política formal de anticiparse a demandas de la comunidad e informarla sobre actuales y futuros planes e impactos de sus actividades, e involucra a la comunidad en la resolución de los problemas.

Además de poseer una política formal de relación con la comunidad, mantiene comités permanentes o grupos de trabajo con la participación de liderazgos locales para analizar sus actividades y monitorear sus impactos.

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

## INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
<b>32.1.</b> ¿reconoce a la comunidad en la que está presente como parte interesada importante en sus procesos decisivos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>32.2.</b> ¿posee políticas de relación con la comunidad de su entorno contempladas en su código de conducta y/o en la declaración de principios?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>32.3.</b> ¿participa activamente de la discusión de problemas comunitarios y de la búsqueda de soluciones?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>34.4.</b> ¿contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que puedan ser usufructuadas por la comunidad (viviendas, carreteras, puentes, escuelas, hospitales, etc.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>32.5.</b> ¿tiene un programa para emplear, en las respectivas actividades y en la medida de lo posible, el mayor número de personas del lugar, dándoles formación con el objetivo de aumentar los niveles de calificación de la comunidad en la que está inserta en cooperación con sindicatos, ONGs, representantes de la comunidad o autoridades públicas competentes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>32.6.</b> ¿tiene prácticas de compra y de inversiones para contribuir con el desarrollo socioeconómico de la comunidad en la que está presente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>32.7.</b> ¿concientiza y capacita a sus empleados para que respeten los valores, conocimiento y prácticas tradicionales de la comunidad donde actúa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>32.8.</b> ¿posee indicadores para monitorear los impactos causados por sus actividades en la comunidad de su entorno?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>32.9.</b> ¿en caso de actuar en zonas limítrofes con comunidades y reservas indígenas, la empresa posee políticas, procedimientos y normas formales para la valorización y la preservación del patrimonio cultural, humano y conocimientos y prácticas tradicionales de las poblaciones nativas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En los últimos tres años, la empresa recibió reclamos o manifestaciones de la comunidad o de organizaciones de la sociedad civil (peticiones, demandas, protestas) por los motivos listados abajo:	Sí	No
32.10. ¿exceso de basura, generación de mal olor, efluentes y otras formas de polución (sonora, visual, etc.)?		
32.11. ¿exceso de tráfico de vehículos, causando ruido y trastornos?		
32.12. ¿interferencia en sistemas de comunicación?		
32.13. ¿alteraciones sociales negativas ocasionadas por sus actividades/instalaciones?		
32.14. ¿otros motivos?		

## Relaciones con Organizaciones Locales

### 33 Con relación a las organizaciones comunitarias, ONG's y Centros Públicos (escuelas, puestos de salud, etc.) presentes en su entorno, la empresa<sup>54</sup>:

Conoce superficialmente sus actividades y responde puntualmente a pedidos eventuales de apoyo.

Etapa 1

Apoya varias entidades con donaciones, financiamiento e implementación de proyectos, divulgando experiencias exitosas.

Etapa 2

Participa en la elaboración e implementación de proyectos conjuntos con entidades locales, manteniendo asociaciones de largo plazo y capacitando a los liderazgos involucrados.

Etapa 3

Actúa en asociación con entidades locales buscando influenciar políticas públicas, estableciendo alianzas y participando de diversas redes para maximizar su contribución con el desarrollo local.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
33.1. ¿hace un relevamiento de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad?		
33.2. ¿realiza en la comunidad, en conjunto con organizaciones locales, campañas educativas y/o de interés público?		

## Financiamiento de la Acción Social

### 34 El financiamiento de la acción social de la empresa está basado en:

<p>Fondo variable, administrado arbitrariamente por el director o gerente, en respuesta a solicitudes externas.</p>	<p>Fondos definidos en presupuesto anual, administrados con transparencia por un comité o grupo de trabajo, conforme a criterios preestablecidos.</p>	<p>Programa social estructurado o inversión social privada<sup>56</sup> administrada por equipo especializado, con dotación presupuestaria estable y con público, metas y estrategias definidas.</p>	<p>Programa social estructurado o inversión social privada que cuenta con un mecanismo propio para la generación de ingresos, estando asegurada su continuidad a largo plazo (fondo patrimonial y/o porcentaje fijo sobre la facturación de la empresa).</p>
Etapa 1 <input type="checkbox"/>	Etapa 2 <input type="checkbox"/>	Etapa 3 <input type="checkbox"/>	Etapa 4 <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)	

#### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
<b>34.1.</b> ¿incluye a la acción social y a sus responsables en el proceso general de planificación estratégica?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>34.2.</b> ¿posee mecanismos para estimular a proveedores, accionistas y otras partes interesadas a hacer donaciones?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>34.3.</b> ¿utiliza especialistas en el ciclo de planificación, monitoreo y evaluación de su acción social?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>34.4.</b> ¿planea su acción social buscando maximizar su impacto a largo plazo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>34.5.</b> ¿optimiza el impacto <sup>57</sup> de su acción social fomentando recursos de otras empresas u organizaciones privadas y/o la participación de órganos públicos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>34.6.</b> ¿tiene un procedimiento de consulta periódica a los beneficiarios de su acción social, monitoreándola por medio de indicadores de desempeño?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Involucramiento con la Acción Social

35

Como forma de concretar su acción social, la empresa:

Hace donaciones de productos y recursos financieros, cede instalaciones, moviliza el trabajo voluntario de sus empleados y/o desarrolla proyectos sociales propios.

Etapa 1

Además de donaciones y/o proyectos sociales corporativos, cede horas de sus empleados o equipos para actividades ligadas a esos proyectos.

Etapa 2

Además de apoyo material, posee una política por la cual cede sus competencias técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales (corporativos o realizados por terceros).

Etapa 3

Además de apoyo material y aporte de competencias, involucra a las organizaciones o liderazgos locales en el diseño y en la implementación de los proyectos sociales e intercede ante otros organismos, públicos o privados, para concretar de esos proyectos.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
35.1. ¿utiliza los incentivos fiscales de deducción o descuento de donaciones y patrocinios <sup>58</sup> ?		
35.2. ¿divulga internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y estimulando la participación de los empleados?		
35.3. ¿autoriza el uso controlado de horas pagas para el trabajo voluntario?		
<b>Con referencia a la gestión de la acción social, la empresa:</b>		
35.4. ¿posee un consejo o comité mixto, con miembros de diferentes áreas de la empresa o del grupo empresarial, incluyendo miembros de la sociedad acreditados para tratar el área temática en que actúa?		

	2007	2008	2009	2010
35.5. Porcentual de facturación bruta destinada a la acción social (no incluir obligaciones legales, ni tributos, ni beneficios vinculados a la condición de funcionario de la empresa)				
35.6. Del total destinado a la acción social, porcentual correspondiente a donaciones en productos y servicios				
35.7. Del total destinado a la acción social, porcentual correspondiente a donaciones en especie				
35.8. Del total destinado a la acción social, porcentual correspondiente a inversiones en proyecto social propio				
35.9. Del total destinado a la acción social, porcentual correspondiente a publicidad				
35.10. Porcentual de empleados que realizan trabajo voluntario en la comunidad externa a la empresa				
35.11. Cantidad de horas medias mensuales donadas (liberadas del horario normal de trabajo) por la empresa para trabajo voluntario de los funcionarios				



## NOTAS

- 54 Vea el sitio del IARSE <http://www.iarse.org>. Casos, Conferencias, Artículos sobre Inversión Social Privada. Vea el sitio del INCIDE (Instituto para la Cultura, la Innovación y el Desarrollo) <http://www.incide.org.ar>. Información sobre ONG's, Inversión Social Privada, Programas asociados entre sector privado, público y sector social.
- 55 Acción Social: es cualquier actividad realizada por las empresas para atender a las comunidades en sus diversas formas (consejos comunitarios, organizaciones no gubernamentales, asociaciones comunitarias, etc.), en áreas como asistencia social, alimentación, salud, educación, cultura, medio ambiente, y desarrollo comunitario. Abarca desde pequeñas donaciones a personas o instituciones, hasta acciones estructuradas con uso planificado y monitoreado de recursos, ya sea por la propia empresa, por fundaciones o institutos de origen empresarial, o por individuos especialmente contratados para la actividad. La empresa debe esforzarse para que esas actividades se estructuren con la idea de maximizar sus impactos a largo plazo. Es importante que los proveedores, accionistas y las otras partes involucradas también sean motivados a hacer este tipo de acciones.
- 56 Inversión Social Privada: es el uso planificado, monitoreado y voluntario de recursos privados en proyectos sociales de interés público. El concepto es de inversión, de promoción del desarrollo sustentable, de inclusión social y de emancipación; y el método es el financiamiento: exige un proyecto, monitoreo y control. No es un fondo perdido: todos obtienen resultados y parte del resultado es la construcción de capital social, de niveles de confianza que permitan un crecimiento sustentable tanto para el desarrollo del negocio como para la comunidad. Léo Voigt, 2002. Conferencia para empresarios de Córdoba. Disponible en la sección Downloads del IARSE <http://www.iarse.org>.
- 57 Impacto Social: Es la transformación de la realidad de una comunidad o región a partir de una acción planeada, monitoreada y evaluada. Sólo es posible dimensionar el impacto social cuando la evaluación de resultados detecte que el proyecto efectivamente produjo los resultados que pretendía alcanzar y llegó a afectar la característica de la realidad que se dispuso transformar. La empresa debe conocer los impactos que causa en la comunidad, informarla sobre actuales y futuros planes e impactos de sus actividades, involucrando a la comunidad en la resolución de problemas. Puede también, contribuir con mejoras en la infraestructura o en el medio ambiente local. Puede crear programas para emplear, en las respectivas actividades y a medida de lo practicable, el mayor número de personas del entorno dándoles formación, para aumentar los niveles de cualificación de la comunidad en que está inserta, en cooperación con ONG's, representantes de la comunidad o autoridades públicas competentes. Puede adoptar prácticas de compras e inversiones para mejorar el desarrollo socio económico de las comunidades. Puede además, concienciar y entrenar a sus empleados para que respeten los valores y las tradiciones de las comunidades donde actúa.
- 58 Ver [http://biblioteca.afip.gov.ar/afipres/ganancias\\_coeficientes\\_y\\_monitos\\_23042004.htm#3](http://biblioteca.afip.gov.ar/afipres/ganancias_coeficientes_y_monitos_23042004.htm#3). Podrán ser deducidas las donaciones a los Fiscos Nacional, Provinciales y Municipales y a las instituciones comprendidas en el inciso e) del artículo 20, hasta el límite del 5% (cinco por ciento), siempre y cuando las mismas cumplan con los requisitos establecidos por la Resolución General Número 1815.

# Gobierno y Sociedad



## Transparencia política

- Indicador 36 – Contribuciones para Campañas Políticas
- Indicador 37 – Construcción de la Ciudadanía por las Empresas
- Indicador 38 – Prácticas Anticorrupción y Anticoima

## Liderazgo Social

- Indicador 39 – Liderazgo e Influencia Social
- Indicador 40 – Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

## Contribuciones para Campañas Políticas<sup>59</sup>

36

Respecto a la financiación de candidatos a cargos públicos y de partidos políticos, la empresa:

Cuando financia, lo hace limitando la decisión a los miembros de la alta directiva, dentro de los parámetros establecidos por la legislación.

Cuando financia, se fundamenta en reglas y criterios definidos internamente, permitiendo al público interno el acceso a las informaciones sobre la decisión tomada.

La decisión de financiamiento o no financiamiento es tomada de forma transparente (por medio de políticas escritas, del código de conducta y/o declaración de valores, etc.), permitiendo el acceso a los grupos de interés a las informaciones, y requiriendo del financiado la respectiva comprobación y registro de la donación.

Además de lo descrito en la etapa anterior, promueve campañas de concientización política, ciudadana e importancia del voto involucrando a todos los empleados y otros grupos de interés.

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
36.1. ¿En los últimos cinco años, la empresa fue mencionada negativamente en la prensa por aportar financieramente a campañas políticas?		
36.2. ¿La empresa tiene norma explícita de no utilización del poder económico para influenciar contribuciones de otras empresas, proveedores, distribuidores y otros asociados?		

## Construcción de Ciudadanía por las Empresas

37

Respecto a su papel en la construcción de ciudadanía<sup>60</sup>, la empresa:

Desarrolla actividades eventuales enfocadas en la educación para la ciudadanía, abordando derechos y deberes.

Desarrolla periódicamente actividades de educación para la ciudadanía y permite la libre discusión e intercambio de informaciones sobre temas políticos.

Además de eso, promueve o apoya por medio de alianzas, la organización de debates, foros de discusión con candidatos a puestos públicos, con el objetivo de asegurar el voto conciente.

Assume el papel de formar ciudadanos y desarrolla programas de educación para la ciudadanía, no solo internamente y en su cadena de producción sino también en la comunidad del entorno, ejerciendo su liderazgo en la discusión de temas como la participación popular y combate a la corrupción en su municipio.

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
37.1. ¿La empresa estimula a que sus empleados ejerzan la evaluación y el control de la actuación de los candidatos electos?		

## Prácticas Anticorrupción y Anticoima

38

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

Procura evitar situaciones que involucren favorecer a agentes del poder público, pero no tiene procedimientos formales ni comunicados de control y castigo.

Mantiene una postura reconocida por el público interno sobre la prohibición de favorecer directa o indirectamente a agentes del poder público.

Asume un compromiso público de combate a la corrupción y a la coima, adopta normas escritas (documento específico, código de ética, etc.) y las divulga ampliamente al público interno y externo (proveedores, consumidores, representantes del poder público con quienes se relaciona), y mantiene procedimientos formales de control, castigo y auditoría en caso de ocurrencia.

Seguros de que la erradicación de las prácticas ilegales, inmorales y antiéticas también dependen de divulgación, facilitación o educación, busca la empresa involucrar a un número cada vez mayor de grupos de interés como proveedores, clientes, entidades aliadas etc., en iniciativas de combate a la corrupción y coima, para diseminar el tema, y/o enseñar la utilización de herramientas relacionadas etc.

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
38.1. ¿su nombre fue mencionado en la prensa en los últimos cinco años bajo sospecha de haber participado de algún incidente que involucre el ofrecimiento de coima o la práctica de corrupción de agentes públicos?		
38.2. ¿prevé medidas punitivas para directivos, funcionarios y empleados involucrados en favorecer a agentes del poder público?		
38.3. ¿posee política explícita de no apoyo y no participación en procesos que tienen por objetivo la manipulación de edictos de la competencia (públicos o privados)?		

## Liderazgo e Influencia Social

**39**

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

Participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados a la defensa y promoción de los intereses específicos de su ramo o sector de negocio.

Etapa 1

Participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados a cuestiones de interés público.

Etapa 2

Participa activamente, contribuyendo con recursos humanos o financieros, en procesos de elaboración de propuestas de interés público y de carácter socioambiental..

Etapa 3

Tiene miembros de su alta directiva involucrados en la articulación, viabilización y fortalecimiento de propuestas de carácter socioambiental y en diálogo con autoridades públicas para su adopción.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
<b>39.1.</b> ¿patrocina o realiza campañas en medios de comunicación exclusivamente relacionadas a cuestiones de interés público?		
<b>39.2.</b> ¿interactúa activamente con instituciones de enseñanza de todos los niveles para la elaboración de propuestas para la mejora de la calificación de la mano de obra del sector en el que actúa?		
<b>39.3.</b> ¿estimula y patrocina proyectos de desarrollo de investigación y tecnología, interactuando activamente con la comunidad académica y científica?		

## Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

40

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

Contribuye tan sólo con el pago de impuestos.

Etapa 1

Contribuye ocasionalmente con el poder público en la realización de eventos y actividades puntuales y/o apoya financieramente programas y proyectos del sector público, en respuesta a solicitudes de las autoridades.

Etapa 2

Contribuye regularmente con recursos humanos, técnicos o financieros para la realización de proyectos específicos y localizados, ejecutados por entidades gubernamentales.

Etapa 3

Participa activamente de la elaboración, perfeccionamiento, ejecución, control y evaluación de políticas públicas de interés general, contribuyendo a su fortalecimiento.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

### INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
40.1. ¿adopta o desarrolla asociaciones con organismos públicos buscando objetivos como mejorar la calidad de la enseñanza, la asistencia social, la salud y/o la infraestructura, erradicar el trabajo infantil y/o el trabajo forzado, incentivar la producción de renta y/o de empleo, promover seguridad alimentaria, etc.?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40.2. ¿patrocina programas públicos o privados de becas escolares?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40.3. ¿articula y coordina asociaciones en los programas en los que participa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## NOTAS

59 B.O.29/12/06 Ley Orgánica de los Partidos Políticos. Ley 26.191 (PLN) (Nueva Ley Orgánica de los Partidos Políticos) Derógase la Ley Nº 25.611 y sus decretos reglamentarios, reestableciéndose la vigencia de la Ley Nº 23.298.

Sobre financiamiento de los partidos políticos, vea: B.O. 17/01/07 Ley de Financiamiento de los Partidos Políticos Ley 26.215 (PLN) - Patrimonio de los partidos políticos. Control patrimonial anual. Campañas electorales. Control de financiamiento de campañas electorales. Sanciones. Disposiciones Generales y Transitorias. Derógase la Ley Nº 25.600.

60 “La Ciudadanía expresa un conjunto de derechos que da a la persona la posibilidad de participar activamente de la vida y del gobierno de su pueblo. Quien no tiene ciudadanía está marginado o excluido de la vida social y de la toma de decisiones, quedando en una posición de inferioridad dentro del grupo social”. (DALLARI, Derechos Humanos y Ciudadanía. Sao Paulo: Moderna, 1998. p-14)

## Anotaciones sobre los Indicadores

Algunos de los frutos más importantes del proceso de completar los indicadores son la reflexión y el autoconocimiento. El facilitador y el relator pueden hacer anotaciones que le ayudarán a la compañía a analizar e interpretar el informe diagnóstico elaborado. Presentamos, a modo ejemplo, un guión con anotaciones:

### INDICADORES (fecha de aplicación)

**Coordinador General:** Nombre del Coordinador General

**Tema:** Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo

**Facilitador del Tema:** Nombre del facilitador del tema

**Equipo:** Nombre del equipo

**Indicador:** Compromisos Éticos

**Etapa definida por el equipo:**

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

**Consenso:**

Fácil:

Difícil:

**Comentarios/percepciones:**

**Riesgos verificados:**

**Oportunidades a explorar:**

**Meta para la próxima aplicación:**

**Liderazgos internos (formales o informales) que se han de involucrar en este proceso:**

**Herramientas o fuentes de información a investigar:**

**Qué se puede hacer respecto a este indicador:**

*Inmediatamente:*

*Tras obtener mejor información:*

*Tras la planificación:*

**Aspectos que se han de considerar en este indicador respecto a la Sustentabilidad:**

*Partes interesadas:*

*Procesos internos:*

*Perfeccionamiento continuo:*



## VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO

1 Compromisos Éticos		Sí	No		
1.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1	2	3	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.16	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.17	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.18	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.19	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.20	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.21	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.22	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.23	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1.24	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
2 Arraigo en la Cultura Organizativa		Sí	No		
2.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1	2	3	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
2.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
3 Gobierno Corporativo		Sí	No		
3.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
3.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
3.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
3.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
3.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
3.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1	2	3	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
3.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
3.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
3.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
3.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
3.12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
3.13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
3.14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

4 Relaciones con la Competencia		Sí	No		
4.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
4.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
4.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
4.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
4.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1	2	3	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
4.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
4.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
4.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
4.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
4.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
5 Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés)		Sí	No		
5.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
5.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
5.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1	2	3	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
5.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
5.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
5.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6 Balance Social/Memoria de RSE/Reporte de Sostenibilidad		Sí	No		
6.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1	2	3	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.16	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.17	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.18	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

## PÚBLICO INTERNO

7 Relaciones con Sindicatos u Otras Asoc. de Empleados		Sí	No		
7.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1	2	3	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
7.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
8 Gestión Participativa		Sí	No		
8.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
1	2	3	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
8.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

9 Compromisos con el futuro de los Niños		Sí	No
	9.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	9.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	9.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	9.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 Compromiso con el Desarrollo Infantil		Sí	No
	10.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	10.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.16	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 Valoración de la Diversidad		Sí	No
	11.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	11.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	11.14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.16	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.17	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.18	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.19	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.20	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11.21	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 Compromiso con la No Discriminación y Promoción de la Equidad Racial		Sí	No
	12.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	12.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	12.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	12.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13 Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género		Sí	No
	13.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	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"/>
1	13.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	13.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	13.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	13.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	13.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	13.12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	13.13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	13.14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	13.15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14 Relaciones con Trabajadores Tercerizados/ Subcontratados (no aplicable en Ecuador)		Sí	No
	14.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	14.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	14.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	14.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15 Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera		Sí	No
	15.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	15.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	15.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	15.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	15.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	15.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	15.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	15.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16 Cuidados de la Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo		Sí	No
	16.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	16.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	16.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	16.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	16.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	16.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	16.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	16.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	16.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	16.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	16.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17 Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad		Sí	No
	17.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	17.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	17.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	17.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	17.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	17.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	17.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Nunca hemos tratado este asunto antes.
- No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

18 Conducta Frente a Despidos		Sí	No
	18.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	18.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	18.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	18.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	18.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4			
19 Preparación para Jubilación		Sí	No
	19.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	19.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	19.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	19.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3			
4			

## MEDIO AMBIENTE

20 Compromiso con la mejora de la Calidad Ambiental		Sí	No
	20.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	20.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	20.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	20.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	20.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	20.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21 Educación y Concientización Ambiental		Sí	No
	21.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	21.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	21.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2			
3			
4			
22 Gerenciamiento del de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios		Sí	No
	22.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	22.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	22.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	22.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	22.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	22.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	22.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	22.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	22.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23 Sustentabilidad de la Economía Forestal		Sí	No
	23.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	23.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	23.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2			
3			
4			
24 Minimización de Entradas y Salidas de Insumos		Sí	No
	24.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	24.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	24.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	24.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	24.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	24.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

## PROVEEDORES

25 Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores		Sí	No
	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"/>
1	25.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	25.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	25.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	25.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	25.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	25.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26 Trabajo Infantil en la Cadena Productiva		Sí	No
	26.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1			
2			
3			
4			
27 Trabajo forzado en la cadena productiva		Sí	No
	27.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	27.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1			
2			
3			
4			
28 Apoyo al Desarrollo de Proveedores		Sí	No
	28.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	28.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	28.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	28.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	28.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	28.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	28.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## CONSUMIDORES Y CLIENTES

29 Política de Comunicación Comercial		Sí	No
	29.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	29.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	29.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	29.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	29.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	29.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	29.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	29.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	29.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	29.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	29.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30 Excelencia de la Atención		Sí	No
	30.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	30.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	30.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	30.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	30.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

31 Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños potenciales de los Productos y Servicios		Sí	No
	31.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	31.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	31.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	31.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	31.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	31.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## COMUNIDAD

32 Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno		Sí	No
	32.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	32.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	32.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	32.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	32.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	32.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	32.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	32.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	32.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	32.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	32.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	32.12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	32.13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	32.14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33 Relaciones con Organizaciones Locales		Sí	No
1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	33.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	33.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34 Financiamiento de la Acción Social		Sí	No
	34.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	34.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	34.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	34.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	34.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	34.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35 Involucramiento con la Acción Social		Sí	No
	35.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	35.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	35.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	35.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## GOBIERNO Y SOCIEDAD

36 Contribuciones para Campañas Políticas		Sí	No
1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	36.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	36.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37 Construcción de Ciudadanía por las Empresas		Sí	No
1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	37.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

38 Prácticas Anticorrupción y Anticoima		Sí	No
	38.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	38.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	38.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39 Liderazgo e Influencia Social		Sí	No
	39.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	39.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	39.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40 Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales		Sí	No
	40.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	40.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	40.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)



Instituto Argentino  
de Responsabilidad Social Empresaria

Aprenda más sobre la aplicación de este Manual  
en su organización o empresa, contactándose  
con el Instituto Argentino de Responsabilidad  
Social Empresaria (IARSE).

Almirante Brown 245  
Córdoba- Argentina  
CP. X5002IWE  
Tel./Fax: 54-351-411-0600  
[www.iarse.org](http://www.iarse.org) / [mail@iarse.org](mailto:mail@iarse.org)



**PLARSE**

[www.plarse.org](http://www.plarse.org)

I N S T I T U T O  
**ETHOS**  
DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Rua Dr. Fernandes Coelho, 85 - 10º andar  
Pinheiros - CP. 05423-040  
São Paulo, SP - Brasil  
Telefone: 55-11-3897-2400  
Fax: 55-11-3897-2424  
[www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br) / [indicadores@ethos.org.br](mailto:indicadores@ethos.org.br)



Instituto Argentino  
de Responsabilidad Social Empresaria

Agradecemos a las empresas que invierten en la investigación,  
promoción y difusión de la Responsabilidad Social Empresaria, acompañándonos.

Estas compañías creen en el surgimiento de una idea renovada  
sobre el rol de la empresa en la sociedad y apoyan la labor del IARSE,  
participando activamente como empresas-miembro de nuestro Instituto:

**CATEGORÍA ORO**

ACCOR SERVICES ARGENTINA - ADECCO - GRUPO ARCOR - BANCO GALICIA - BANCO ITAÚ - C&A  
CADENA 3 ARGENTINA - FUNDACIÓN DE LA CUENCA/GRUPO UNIDOS - FUNDACION IRSA  
GLACIAR PESQUERA - GRUPO CODERE - GRUPO LUCCI - GRUPO PROMINENTE  
GRUPO SANCOR SEGUROS - IBM ARGENTINA - INFOXEL - INTERSERVICES  
KIMBERLY CLARK ARGENTINA - LA NACIÓN - LA VOZ DEL INTERIOR - HIPERMERCADO LIBERTAD  
LIMECO - LOMA NEGRA - MANPOWER ARGENTINA - MAPFRE ARGENTINA - METANOIA - MOVISTAR  
NATURA - NEW CHOICE - NOBLEZA PICCARDO - ORACLE ARGENTINA - PEPSICO DE ARGENTINA  
PETROBRAS - REFINOR - REPSOL YPF - RÍO URUGUAY SEGUROS - SAN JUAN / MAR DEL PLATA  
STANDARD BANK - TELECOM ARGENTINA - TELEFONICA DE ARGENTINA - THE HADA GROUP

**CATEGORÍA PLATA**

ALCO-CANALE - ALTO PARANÁ - BANCO PATAGONIA - CARBOCLOR - CARREFOUR ARGENTINA  
CONSEJO PROFESIONAL DE INGENIERIA INDUSTRIAL - ESTUDIO ARTWORK - GAS NATURAL BAN  
GATICA & CHASSEING ABOGADOS - GRUPO BURCO - GRUPO LOS GROBO  
LABORATORIOS ANDROMACO - MATRICERÍA AUSTRAL - PERSPECTIVAS SOCIALES  
PHILIPS ARGENTINA - PROVINCIA ART - SALAS, RUSCELLI, SOBRERO CONSULTORES  
TRANSPORTADORA DE GAS DEL NORTE

**CATEGORÍA BRONCE**

ACTIVAR CONSULTORES OCUPACIONALES - ALTA TECNOLOGÍA ALIMENTARIA - APEX SYKES  
ARGENTUM CONSULTING - CAPITAL POST - CLIBA - COLEGIO UNIVERSITARIO DE PERIODISMO  
CONGELARG - CURTIEMBRES FONSECA S.A. - EL TEJAR S.A. - ELLMANN, SUEIRO & ASOCIADOS  
ERMOPLAS S.R.L - INTI ZEN - KADICARD - MOLINOS RIO DE LA PLATA - NATURAL STONES S.A.  
PIN S.A. - PINTURERIAS FIMA - PIROSKA MELEG y ASOCIADOS - QUADE SRL - RODE  
RUCA PANEL SRL - TABACAL AGROINDUSTRIA - UNIMIN - UNIVERSIDAD FASTA  
VALE / POTASIO RIO COLORADO



*Comprometidos con un futuro sustentable  
para preservar la magia de la vida.*



shutterstock

www.arcor.com.ar



Un modo de ser, una manera de hacer:

- Reinvertimos permanentemente en desarrollos industriales, tecnológicos y comerciales.
- Promovemos trabajo para 14.000 PYMES.
- Desarrollamos programas de capacitación para nuestros clientes y proveedores.
- Impulsamos el desarrollo integral de nuestros 20.000 colaboradores.
- Apoyamos más de 1.900 iniciativas educativas en Brasil y Argentina.
- Contamos con una sistemática planificación ambiental.

Y seguimos trabajando para consolidar una gestión socialmente responsable.



*Momentos Mágicos*