



Guía de Autoaplicación

Indicadores

de Responsabilidad
Social Empresaria

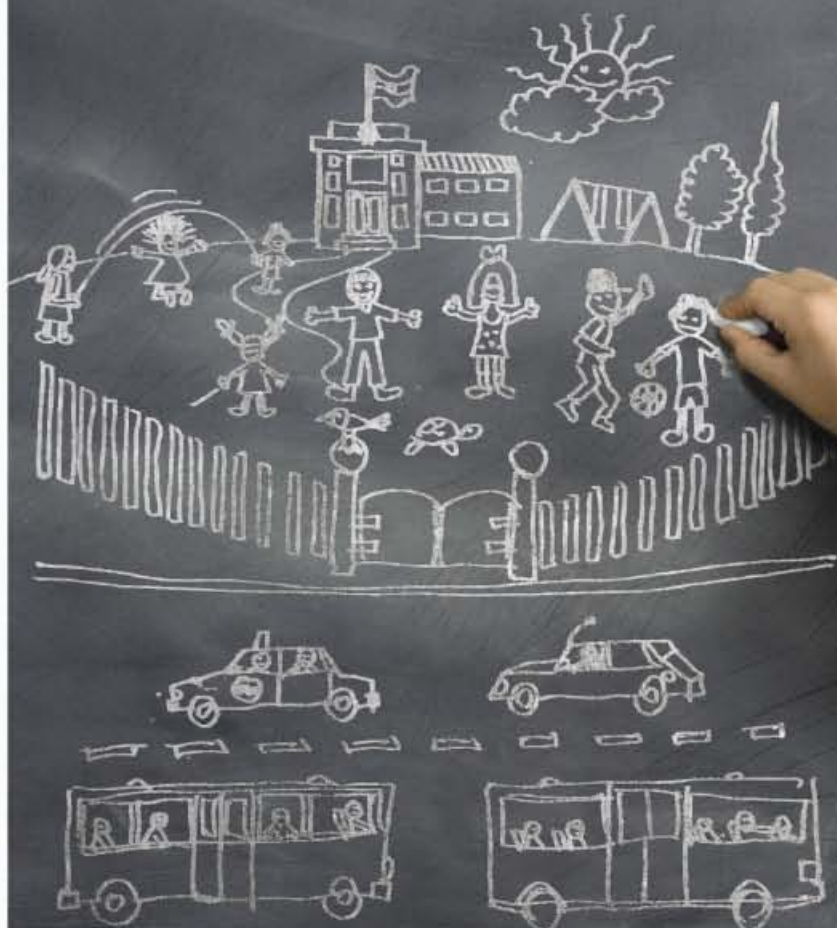
Edición 2007 / 2008



Instituto Argentino
de Responsabilidad Social Empresaria

INSTITUTO
ETHOS
EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

pronino



Trabajamos para que
cada vez menos
niños lo hagan.

SEGUNDO CONCURSO DE ONG PRONIÑO

Del 1º de junio al 16 de julio de 2007.

Fundación Telefónica y Movistar convocan a las organizaciones de la sociedad civil a presentar sus propuestas para ampliar la implementación del programa Proniño, por la erradicación del trabajo infantil. Para que los niños vuelvan a ser niños.

Información sobre el concurso:

Las propuestas se deberán enviar antes del 16 de julio, con el título "Segundo Concurso de ONG Proniño", a pronino@telefonica.com.ar, o por sobre cerrado a Fundación Telefónica, Av. Ingeniero Huergo 723, Piso 18, Ciudad de Buenos Aires, C1107AOH.

Bases y condiciones en www.pronino.com.ar



Organización Internacional para las Migraciones



Organización Internacional del Trabajo

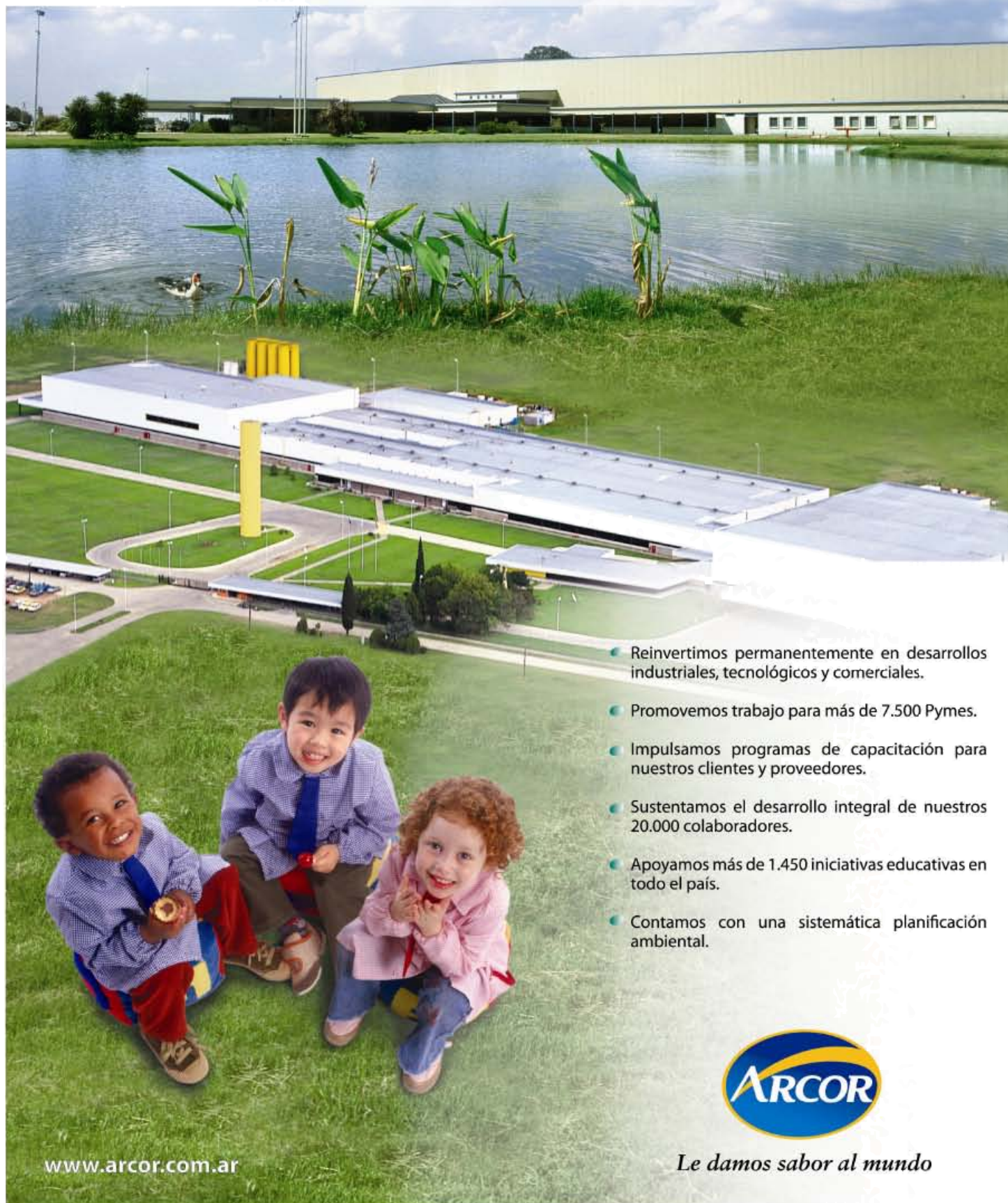
Con la asistencia técnica de
 **conaeti**

 **MOVISTAR**

Fundación
Telefónica

www.telefonica.com.ar/fundacion

*Responsabilidad Social:
un modo de ser, una manera de hacer.*



- Reinvertimos permanentemente en desarrollos industriales, tecnológicos y comerciales.
- Promovemos trabajo para más de 7.500 Pymes.
- Impulsamos programas de capacitación para nuestros clientes y proveedores.
- Sustentamos el desarrollo integral de nuestros 20.000 colaboradores.
- Apoyamos más de 1.450 iniciativas educativas en todo el país.
- Contamos con una sistemática planificación ambiental.



SUMEMOS NUESTRO COMPROMISO PARA HACER DE ESTE UN MUNDO MEJOR



Desde 2004, MAPFRE apoya al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y adopta el compromiso voluntario de divulgar y ejecutar los 10 principios de conducta y acción en materia de Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción.

Esta decisión se enmarca en el principio de responsabilidad social que MAPFRE ha tenido siempre como uno de sus ejes de actuación y en la importante función social que realiza, tanto en el desarrollo de su negocio asegurador, como a través de sus fundaciones.

Liderazgo

SOMOS LA PRIMERA EMPRESA ARGENTINA
EN VERIFICAR CON UNA NORMA INTERNACIONAL
NUESTRO SISTEMA DE GESTIÓN
DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

**PARA NOSOTROS UN SUEÑO
PARA EL PAÍS, UN VERDADERO ORGULLO.**

FIEL A NUESTROS ORÍGENES, DIMOS OTRO GRAN PASO EN NUESTRO COMPROMISO CON LA SOCIEDAD.



Priorizando los valores que nos rigen desde nuestro nacimiento, hoy comunicamos un nuevo y gran logro obtenido en el área de la Responsabilidad Social Empresaria: ser la primera empresa de capitales argentinos que alcanza la verificación AA1000: Estándar internacional para contabilizar, administrar y comunicar el desempeño social y ético de una empresa emitida en 1999 por el "Institute for Social and Ethical Accountability" del Reino Unido, bajo el nombre "AccountAbility".



Un nuevo reconocimiento que avala el compromiso asumido con la sociedad toda y nos obliga a seguir superándonos en todo momento.



Un gran grupo de argentinos que hace realidad los sueños de los argentinos

En Nobleza Piccardo somos fieles a nuestros principios:

- Beneficio Mutuo
- Gestión Responsable del Producto
- Buena Conducta Corporativa

Por ello, establecemos acciones y compromisos de manera voluntaria en respuesta a las expectativas de las comunidades en las que operamos.



NOBLEZA PICCARDO

www.noblezapiccardo.com.ar



Guía de Autoaplicación

Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria

Edición 2007 / 2008

Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria 2007/2008 es una publicación puesta a disposición por el IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria). Comprende la adaptación a la realidad argentina del Manual de **Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria**, publicado 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
Mail: mail@iarse.org

Responsables de la presente Edición :

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

Traducción y Revisión de Redacción:

Cecilia Sánchez

Colaboraron con la adaptación y corrección:

Edgar Serra - Enrique Camussi

Agradecimientos:

Al Instituto Ethos, sus autoridades y equipo de colaboradores por haber autorizado la traducción, adaptación y distribución por parte del IARSE.

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

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 septiembre de 2007

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

offsetpugliesesiena@offsetpugliesesiena.com.ar

www.offsetpugliesesiena.com.ar

© Registro de Propiedad Intelectual a favor del IARSE © Form. N° 134578 - S.A.L.A.C.-, Mayo de 2007. 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 y cooperativas que deciden avanzar en este camino.
- Edición de un boletín electrónico quincenal que reciben más de 45 mil suscriptores.
- Portal de noticias, artículos e investigaciones sobre RSE en el sitio www.iarse.org.
- Visibilidad a las mejores prácticas de RSE llevadas adelante por las empresas y cooperativas.

- 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 ITAÚ - BARILLARI S.A. - C&A - FUNDACIÓN DE LA CUENCA / GRUPO UNIDOS - GLACIAR PESQUERA - GRUPO CODERE - GRUPO LUCCI - GRUPO MINETTI - HOLIDAY INN CÓRDOBA - IBM ARGENTINA - INFOXEL - INTER-SERVICES - LA NACIÓN - LA VOZ DEL INTERIOR - MANPOWER ARGENTINA - MAPFRE ARGENTINA - METANOIA S.A. - MOVISTAR - NATURA - NOBLEZA PICCARDO - ORACLE ARGENTINA - PECTRA TECHNOLOGY - PEPSICO DE ARGENTINA - PETROBRAS - REFINOR - REPSOL YPF - RÍO URUGUAY SEGUROS - SAN JUAN / MAR DEL PLATA - TELECOM ARGENTINA - TELEFONICA DE ARGENTINA - THE HADA GROUP

PLATA: CARREFOUR ARGENTINA - ESTUDIO ARTWORK - FEEDBACK PR - GAS NATURAL BAN - GATICA & CHASSEING ABOGADOS - GRUPO BURCO - GRUPO LOS GROBO - GRUPO SANCOR SEGUROS - MATRICERÍA AUSTRAL - NEOTEC S.A. - PERSPECTIVAS SOCIALES - PROMEDON - SIEMENS ARGENTINA - TRANSPORTADORA DE GAS DEL NORTE

BRONCE: ALTO PARANÁ - ARGENTUM CONSULTING BOTTON - CLIBA - COLEGIO UNIVERSITARIO DE PERIODISMO COUPER SRL - ERMOPLAS S.R.L - INTI ZEN - NATURAL STONES S.A. - PIN S.A. - RODE - SUTEC S.A. - TURISMO INTEGRAL PATAGÓNICO - ZUBILLAGA HNOS SRL



Instituto Argentino
de Responsabilidad Social Empresaria

Índice

Presentación	11
Valores, Transparencia y Gobernabilidad Cooperativa	15
Público Interno	25
Medio Ambiente.....	47
Proveedores	55
Consumidores y Clientes.....	61
Comunidad.....	67
Gobierno y Sociedad	73
Plantilla de autoevaluación	79
Reconocimiento a los autores originales de este Manual	85

Los Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria 2007/2008 fueron creados como una herramienta que aporta a la incorporación de prácticas de Responsabilidad Social Empresaria (RSE), en la planificación de estrategias y el monitoreo del desempeño general de la empresa. Se trata de un instrumento de autoevaluación y aprendizaje de uso esencialmente interno.

Estructura del Cuestionario

El cuestionario está organizado en siete grandes temas:

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

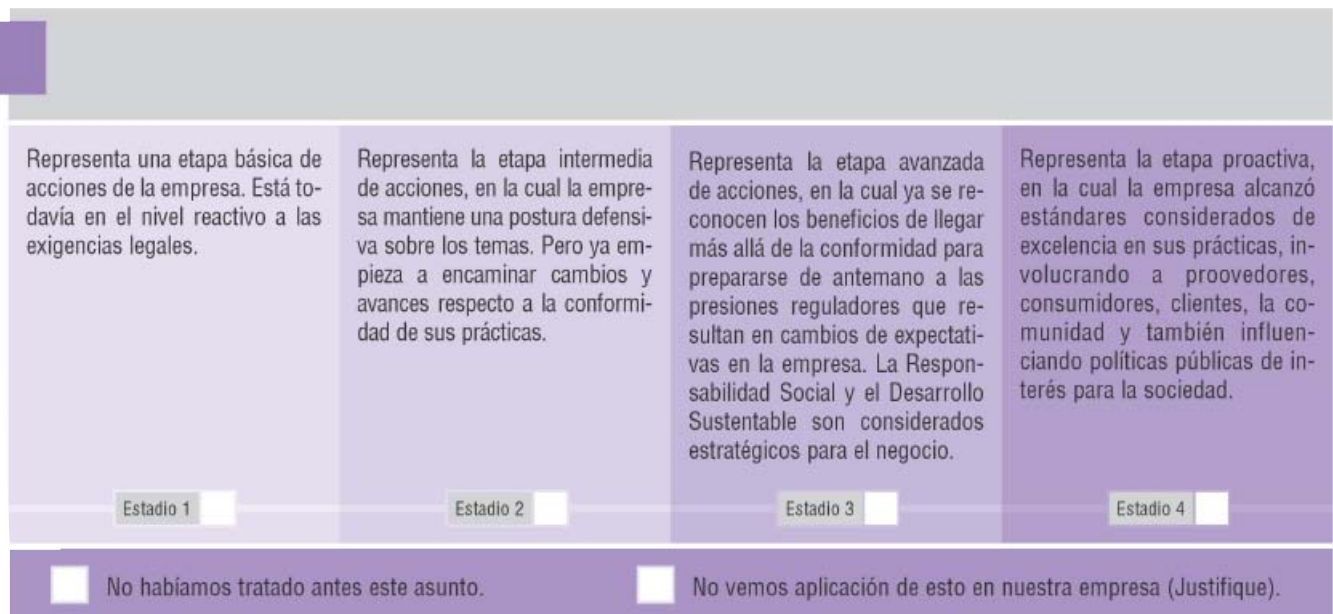
Cada uno de estos temas se divide en un conjunto de indicadores, cuya finalidad es plantear cómo puede la empresa mejorar su desempeño en cada uno de ellos, desde distintas perspectivas.

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. Está representado por cua-

tro 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 autodiagnóstico. 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 autodiagnóstico 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 reviste 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; aroca@iarse.org; 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 Gobernabilidad Corporativa

Autorregulación de la conducta

- Compromisos éticos
- Arraigo en la cultura organizacional
- Gobernabilidad corporativa

Relaciones Transparentes con la Sociedad

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



Compromisos éticos

1 Más allá de los principios éticos y valores expresados en los Estatutos Sociales:

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.

Estadio 1

Los valores y principios de la organización están documentados y cuentan con un proceso de difusión sistemático con foco en el público interno, a cargo de una persona o área responsable.

Estadio 2

La organización posee un código de ética (en español y adaptado al contexto local, en el caso de multinacionales) y tiene un programa de orientación y entrenamiento para los empleados de todos los niveles jerárquicos para garantizar que los valores y principios estén incorporados a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamientos de las personas. Esas acciones están a cargo de una persona responsable.

Estadio 3

Además, el código de ética de la organización prevé la participación de empleados y de las principales partes interesadas en su revisión y es sometido a control y auditoría periódicos. La responsabilidad de estas acciones está a cargo de un equipo multidisciplinar.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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?		
El código de ética y/o la declaración de valores de la organización:		
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.)?		
El código de ética y/o la declaración de valores de la organización cubre asuntos como:		
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 ¹ y en su condición de integrante de la comunidad, proveedor, cliente o consumidor, etc.?		

Arraigo en la Cultura Organizacional

2

Con relación a la eficacia en la difusión de los valores y principios éticos de la empresa:

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

Estadio 1

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

Estadio 2

Además, la adopción de los valores y principios es auditada² y verificada periódicamente estimulando a los empleados a contribuir con su monitoreo.

Estadio 3

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

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
2.1. ¿Las cuestiones éticas son abordadas en encuestas de clima organizacional, por evaluación 360º 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?		

Gobernabilidad Corporativa³

3 Con relación a la estructura organizacional y prácticas de gobernabilidad de la empresa:

La alta dirección tiene estructuras y prácticas que siguen estrictamente la legislación vigente, y cuenta con auditoría externa independiente para auditar la información financiera

Estadio 1

La alta dirección tiene compromisos y políticas explícitas que garantizan la integridad de los informes financieros y cuenta con mecanismos formales que priorizan la transparencia en la información económica y en otras informaciones que brinda regularmente la empresa.

Estadio 2

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

Estadio 3

Además de lo expuesto en los estadios anteriores, la alta dirección (Directorio y Gerencias) incorpora criterios de orden socio ambiental en la definición y gestión del negocio y tiene como norma oír, evaluar y considerar las preocupaciones, críticas y sugerencias de las partes interesadas en asuntos que las involucran.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

La alta dirección de la empresa:	Sí	No
3.1. ¿cuenta con mecanismos o sistemas formales para la evaluación periódica de sus integrantes?		
3.2. ¿posee estructura que contemple comité de auditoría ⁴ , 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?		
3.3. ¿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)?		
3.4. ¿utiliza estudios, encuestas y el apoyo de especialistas para fundamentar mejor la resolución de dilemas éticos, socioambientales y relativos a derechos humanos?		
3.5. ¿incluye el respeto a los derechos humanos ⁵ como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones?		
3.6. ¿orienta sus operaciones en concordancia con las declaraciones de principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) ⁶ ?		
3.7. ¿orienta sus operaciones en concordancia con las directrices para empresas multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) ⁷ ?		
3.8. ¿orienta sus operaciones en concordancia con los principios del Pacto Global ⁸ y/o en apoyo a las Metas del Milenio ⁹ ?		
3.9. ¿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?		
3.10. ¿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?		

	2005	2006	2007	2008
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 En lo que se refiere a las políticas de relación con la competencia u organizaciones con el mismo propósito, la empresa:

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

Estadio 1

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

Estadio 2

Asume un compromiso público de lucha contra la competencia desleal, discute su postura con proveedores y clientes, alertándolos sobre cuestiones de competencia leal, y participa de asociaciones de pares en la discusión de estos aspectos.

Estadio 3

Ejerce posición de liderazgo en su segmento en las discusiones relacionadas a la búsqueda de calidad de competencia cada vez más elevadas (combate la formación de trusts y carteles, prácticas desleales de comercio, fraude en licitaciones y espionaje empresarial)

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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

La empresa:	Sí	No
4.2. ¿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.)?		
4.3. ¿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?		
4.4. ¿la política sobre competencia desleal alcanza a la cadena productiva de la empresa?		
La política sobre competencia desleal aborda los siguientes ítems:		
4.5. ¿Piratería?		
4.6. ¿Evasión fiscal?		
4.7. ¿Contrabando?		
4.8. ¿Adulteración de productos o marcas?		
4.9. ¿Falsificación de productos?		
La empresa:		
4.10. ¿en los últimos tres años, fue advertida o sancionada por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia ¹⁰ (CNDC) por prácticas de competencia desleal?		
4.11. ¿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 con las partes interesadas¹¹

5

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

Es consciente de la importancia del diálogo y el compromiso de las partes interesadas para el éxito de los negocios y tiene conocimientos de los dilemas y atributos específicos de sus partes interesadas (empleados, clientes y consumidores, accionistas e inversores) y canales de diálogo establecidos para mantenimiento de esas relaciones.

Estadio 1

Conoce los dilemas específicos y atributos relacionados a todas las partes interesadas por medio de su mapeo periódico y tiene establecidos mecanismos de diálogo y compromiso de las partes interesadas para remediar impactos socioambientales ocasionados por su actividad.

Estadio 2

Además de priorizar el compromiso y el diálogo constante con sus partes interesadas, posee una estrategia de gestión de la información y conocimiento para “internalizar las externalidades socioambientales” negativas ocasionadas por sus actividades como base para la redefinición de políticas, procesos de gestión o producción.

Estadio 3

Por medio de la utilización de herramientas y políticas específicas, dialoga e involucra a las partes interesadas de forma estructurada en reflexiones previas sobre sus actividades, procesos y acciones para prevenir, minimizar o eliminar las externalidades socioambientales negativas que pudieran ser ocasionadas por la organización. Además, el proceso de diálogo y compromiso es auditado por terceras partes.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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 ¹² o similares?		

Balance Social¹³

6 Con relación a la elaboración del 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.

Estadio 1

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

Estadio 2

Produce con amplio compromiso interno un balance social fácilmente accesible que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, conteniendo exclusivamente resultados favorables.

Estadio 3

El balance social es elaborado con compromiso de las partes externas interesadas, integrando las dimensiones sociales, ambientales y económicas de sus actividades, incluyendo resultados desfavorables, los respectivos desafíos, con metas para el próximo período.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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
6.3. ¿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.)?		
6.4. ¿la empresa incorpora en el balance social críticas, sugerencias y declaraciones de las partes interesadas?		
6.5. ¿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?		
6.6. ¿la empresa expone datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades vía Internet?		
6.7. ¿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?		
6.8. ¿los datos recolectados y utilizados para el balance social son empleados en la planificación estratégica de la empresa?		
Al producir el balance social la empresa tiene en consideración los principios¹⁴:		
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?		

	2005	2006	2007	2008
6.19. Liste las partes interesadas (Ej.: público interno, proveedores, comunidad, gobierno y sociedad, etc.) comprendidas en la elaboración del balance social				
6.20. 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
- 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; www.undp.org.ar; 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
- 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
- 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 por artículos y comentarios de especialistas sobre Balance Social.
- 14 Ver GRI 3. <http://www.globalreporting.org/ReportingFramework/G3Online/>

Público Interno



Diálogo y participación

- Relaciones con Sindicatos
- Gestión Participativa

Respeto al individuo

- Compromiso con el Porvenir de los Niños
- Compromiso con el Desarrollo Infantil
- Valoración de la Diversidad y No Discriminación
- Compromiso con la Equidad, No Discriminación Racial o por Origen Nacional (Xenofobia)
- Compromiso con la Equidad de Género
- Relaciones con Trabajadores Tercerizados

Trabajo decente

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

Relaciones con Sindicatos

7 Con referencia a la participación de empleados en sindicatos y a la relación con sus representantes¹⁵, la empresa:

<p>No ejerce presión sobre los empleados involucrados en actividades sindicales.</p> <p style="text-align: right;">Estadio 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>No ejerce presión y ofrece libertad para la actuación de los sindicatos en el lugar de trabajo.</p> <p style="text-align: right;">Estadio 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de permitir la actuación de los sindicatos en el lugar de trabajo, suministra informaciones sobre las condiciones de trabajo, y los dirigentes de la empresa se reúnen periódicamente con los sindicatos para oír sugerencias y negociar reivindicaciones.</p> <p style="text-align: right;">Estadio 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de esto, posee un canal de comunicación consolidado con los sindicatos, informándolos y suministrándoles datos financieros y relativos a objetivos estratégicos (cuando éstos afecten a los trabajadores)¹⁶</p> <p style="text-align: right;">Estadio 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> No habíamos tratado antes este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No vemos aplicación de esto en nuestra empresa (Justifique).</p>	

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

En lo que se refiere al compromiso de los empleados en la gestión, la empresa:

Pone a disposición información sobre la empresa (historia, misión, visión, políticas, organigrama, mercados, principales asociados, clientes, etc.) y entrena, en el momento de la admisión y en forma sistemática, sobre nuevos productos, servicios, políticas y estrategias, etc. a los empleados para que puedan comprenderlas y analizarlas.

Estadio 1

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

Estadio 2

Además de lo expuesto en los dos estadios anteriores, tiene un proceso estructurado de discusión y análisis de la información económico-financiera con sus empleados con el objeto de prepararlos para que contribuyan con el órgano ejecutivo o en las decisiones estratégicas presentando información importante para la gestión de riesgos y oportunidades.

Estadio 3

Representantes de los empleados participan activamente de los órganos ejecutivos o en las decisiones estratégicas y tienen comunicación regular con los miembros del gobierno de la empresa.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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 porvenir de los niños

9

En el tratamiento de la cuestión de los derechos del niño y del adolescente, la empresa:

Además de respetar la legislación nacional que prohíbe ocupar menores de 14 años o mayores de esa edad, que comprendidos en la edad escolar no hayan completado la educación obligatoria, discute internamente la importancia de la educación y las consecuencias del trabajo infantil¹⁷.

Estadio 1

Además de eso, posee proyectos que aportan para el desarrollo de los hijos de los empleados propios y tercerizados, estimulando sus capacidades técnicas y psicosociales (ciudadanía, deportes, artes).

Estadio 2

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

Estadio 3

Coordina sus proyectos con otros realizados en la comunidad y actúa junto al poder público en beneficio del niño y del adolescente y estimula que las políticas y programas de la empresa en relación a este tema sean aplicados en toda la cadena productiva.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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? ¹⁸		
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?		

	2005	2006	2007	2008
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 con el desarrollo infantil en el país y el compromiso con los derechos de los niños, la empresa:

Sigue la legislación en vigor de protección a la maternidad y licencia por maternidad¹⁹, prohibiendo formalmente cualquier tipo de discriminación a la mujer gestante y a los empleados (hombres y mujeres incluyendo trabajadores tercerizados) con hijos menores de 6 años de edad en procesos de admisión, de promoción y de movilidad interna.

Estadio 1

Posee políticas y/o iniciativas internas para facilitar la consulta prenatal y el acompañamiento de la infancia de los hijos de sus empleados, por medio de orientación médica, nutricional y psicológica específica, y en el desarrollo de las competencias de supervivencia, desarrollo, participación y protección de los niños, además de ofrecer medios que permitan la participación masculina en el acompañamiento de estos períodos.

Estadio 2

Al comprender que el éxito de estas políticas y/o iniciativas está relacionado a la formación educacional de los padres y a la condición de vida de los mismos, integra esta discusión a sus acciones para el desarrollo personal y profesional de sus empleados. Además de esto, desarrolla campañas de orientación volcadas a la comunidad y extiende la discusión del tema a sus proveedores y contratistas

Estadio 3

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

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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

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

	2005	2006	2007	2008
10.17. Porcentual de hijos de empleados matriculados en centros de educación infantil-guardería (0 a 3 años)				
10.18. Porcentual de hijos de empleados matriculados en centros de educación infantil-preescolar (4 y 5 años)				
10.19. Porcentual de hijos de empleados con necesidades especiales matriculados en centros de educación infantil-guardería (0 a 3 años)				
10.20. Porcentual de hijos de empleados con necesidades especiales matriculados en centros de educación infantil-preescolar (4 y 5 años)				
10.21. Porcentual de hijos de empleados con vacunación al día para la edad conforme al calendario básico establecido por el Ministerio de Salud				
10.22. Número de empleados hombres responsables (padres o no) por niños de 0 a 5 años de edad				
10.23. Número de empleadas responsables (madres o no) por niños de 0 a 5 años de edad				
10.24. Número de empleadas embarazadas				
10.25. Total de mujeres empleadas que en el último embarazo hicieron siete o más consultas prenatales				
10.26. Total de empleados hombres (padres o responsables) de niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria				
10.27. Total de empleadas madres o responsables por niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria				
10.28. Número total de niños de 0 a 5 años dependientes de estos empleados (mujeres y hombres)				
10.29. Total de niños dependientes de estos empleados menores de 1 año vacunados conforme al calendario nacional de vacunación obligatorio				
10.30. Total de niños de 4 y 5 años dependientes de estos empleados (mujeres y hombres)				

	2005	2006	2007	2008
10.31. Total de niños de 4 y 5 años matriculados en el preescolar				
10.32. Total de empleadas que ejercieron efectivamente su derecho de descansos diarios por lactancia				
De los empleados tercerizados^a				
10.33. Número de empleados hombres responsables (padres o no) por niños de 0 a 5 años de edad				
10.34. Número de empleadas responsables (madres o no) por niños de 0 a 5 años de edad				
10.35. Número de empleadas embarazadas				
10.36. Total de mujeres empleadas que en el último embarazo hicieron siete o más consultas prenatales				
10.37. Total de empleados hombres (padres o responsables) de niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria				
10.38. Total de empleadas madres o responsables por niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria				
10.39. Número total de niños de 0 a 5 años dependientes de estos empleados/as				
10.40. Total de niños dependientes de estos empleados menores de 1 año vacunados conforme al calendario nacional de vacunación				
10.41. Total de niños de 4 y 5 años dependientes de estos empleados (mujeres y hombres)				
10.42. Total de niños de 4 y 5 años matriculados en el preescolar				
10.43. Total de empleadas con horario flexible para amamantar a su hijo hasta los 6 meses				

^a 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 y No Discriminación

11

Reconociendo el deber ético de las empresas de combatir todas las formas de discriminación negativa y de valorar las oportunidades ofrecidas por la riqueza de la diversidad de nuestra sociedad²¹, la empresa:

Sigue rigurosamente las medidas legislativas relacionadas a la discriminación negativa 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.

Estadio 1

Además, promueve la diversidad por medio de normas escritas que prohíben prácticas discriminatorias en los procesos de admisión y promoción, movilidad interna; y orienta sobre cómo encaminar posibles denuncias.

Estadio 2

Además de poseer normas escritas y canales para posibles denuncias, realiza entrenamientos y seminarios de concientización específicos sobre el tema y utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas y establecer estrategias de reclutamiento y promoción.

Estadio 3

Extiende esas acciones a toda la cadena productiva y participa de foros de valorización de segmentos en desventaja como inmigrantes, minorías étnicas, mujeres, personas con discapacidad, personas mayores de 45 años de edad, entre otros segmentos y situaciones.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
11.1. 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?		
Esa política contempla explícitamente:		
11.2. ¿la cuestión étnico racial?		
11.3. ¿la cuestión de género?		
11.4. ¿la cuestión de la edad?		
11.5. ¿la cuestión religiosa?		
11.6. ¿la cuestión de la orientación sexual?		
11.7. ¿la cuestión de origen geográfico y clase social?		
11.8. ¿la cuestión de las personas con necesidades especiales?		
11.9. ¿la cuestión de la apariencia física?		
11.10. ¿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?		
11.11. ¿de esta política son derivados procedimientos formales para procesos de selección ²² , admisión, promoción y movilidad interna y despido?		
11.12. ¿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?		
11.13. ¿la empresa posee programa específico de contratación de personas con discapacidad y atiende rigurosamente la legislación ²³ de cantidad de plazas para ese público?		
11.14. ¿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?		
11.15. ¿de la política de valoración de la diversidad y de no discriminación derivan procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover personas con discapacidad?		
11.16. ¿la empresa promovió o está promoviendo las adaptaciones necesarias en relación a accesibilidad, de acuerdo con las legislaciones en vigor ²⁴ ?		
11.17. ¿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?		
11.18. ¿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?		
11.19. ¿la empresa procura evitar la desvinculación de individuos con edad superior a los 45 años?		
11.20. ¿la empresa ofrece oportunidad de trabajo para ex presidiarios?		
11.21. ¿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?		

	2005	2006	2007	2008
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 de la empresa con la Equidad y No Discriminación Racial o por Origen Nacional (Xenofobia)

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

Sigue rigurosamente la legislación en vigor que prohíbe la discriminación racial, la xenofobia y las formas conexas de intolerancia y se declara internamente contra cualquier tipo de preconcepción en relación a todas las partes interesadas. Adopta procedimientos para que se cumpla la legislación por parte de los establecimientos con los cuales contratan o subcontratan (ceden total o parcialmente) trabajos o servicios correspondientes a la actividad normal y específica de la empresa, así como con las empresas de servicios eventuales a las cuales recurren para tales actividades.

Estadio 1

Realiza censo interno periódico para evaluar sus procesos y políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación a la equidad racial. Esas informaciones son utilizadas para el planeamiento de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concientización, etc.

Estadio 2

Posee el compromiso público de promover la equidad racial, la lucha contra la xenofobia y las formas conexas de intolerancia materializada por medio de políticas formales de gestión de las personas que priorizan la equidad y realización de acciones afirmativas para garantizar oportunidades iguales en los procesos de admisión, promoción y movilidad.

Estadio 3

Además de mantener programas de desarrollo profesional, coaching y/o mentoring orientados a funcionarios de diferentes orígenes étnicos, estimula la promoción de la igualdad racial en toda su cadena productiva e invierte en programas de la comunidad que tengan el mismo objetivo, contribuyendo a la concientización de la sociedad sobre el tema.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
12.1. ¿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?		
12.2. ¿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?		
12.3. ¿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?		
12.4. ¿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?		

	2005	2006	2007	2008
12.5. Porcentual de personal de diverso origen étnico o nacional en relación al total de empleados				

Compromiso de la empresa 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 de trabajo y su capacitación para funciones especializadas, la empresa:

Sigue rigurosamente la legislación²⁵ que prohíbe la discriminación en el mundo del trabajo y se declara internamente contra cualquier tipo de prejuicio en relación a todas las partes interesadas. Posee procedimientos para que las legislaciones sean cumplidas por los establecimientos con los cuales contratan o subcontratan (ceden total o parcialmente) trabajos o servicios correspondientes a la actividad normal y específica de la empresa, así como con las empresas de servicios eventuales a las cuales recurren para tales actividades.

Estadio 1

Realiza censo interno periódico para evaluar sus procesos y políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación a la equidad de género. Esas informaciones son utilizadas en el planeamiento de acciones afirmativas, campañas de concientización, etc.

Estadio 2

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

Estadio 3

Además de mantener programas de desarrollo profesional, coaching y/o mentoring específico para las mujeres a fin 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 la comunidad que tienen por objetivo la valorización de la mujer.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
13.1. ¿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?		
13.2. ¿De esta política de valoración de la diversidad y de no discriminación son derivados procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover mujeres?		
13.3. ¿La política prohíbe expresamente la contratación, desvinculación o promoción basados en estado civil o condición reproductiva?		
13.4. ¿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?		
13.5. ¿Realiza campañas internas de concientización (seminarios, foros o encuentros específicos) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la valoración de la mujer?		
13.6. ¿El plan de salud de la empresa tiene adaptaciones específicas para el cuidado de la salud de la mujer?		
13.7. ¿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?		
13.8. ¿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?		
13.9. ¿La empresa promueve, cuando es necesario, adecuación de espacios de trabajo y equipamientos para que sean compatibles con las condiciones físicas de las mujeres?		
13.10. ¿La política prohíbe expresamente actividades que puedan intimidar o constreñir a las mujeres en el ambiente de trabajo?		
13.11. ¿La promoción de la equidad de género es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa?		
13.12. ¿La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar una figura femenina estereotipada o que atente contra la dignidad de las mujeres?		
13.13. ¿La política de promoción de la equidad contempla la prohibición expresa de la discriminación contra mujeres con problemas de salud, inclusive HIV positivas?		
13.14. ¿Posee procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológico, moral, físico y sexual en el lugar de trabajo?		
13.15. ¿Promueve campañas de sensibilización de los hombres sobre la importancia de la división de tareas domésticas y sobre la paternidad responsable?		

	2005	2006	2007	2008
13.16. Porcentual de mujeres en relación al total de empleados				
13.17. Porcentual de mujeres en cargos ejecutivos en relación al total de cargos disponibles				
13.18. Porcentual de mujeres en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos disponibles				
13.19. Salario medio mensual de mujeres en cargos ejecutivos – en pesos				

	2005	2006	2007	2008
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

14 Relaciones con¹ Trabajadores de Empresas Contratistas, Sub-Contratistas o Cesionarias de actividades normales y específicas o empresas de servicios eventuales²⁶

Mantiene relación contractual dentro de los parámetros legales de corresponsabilidad por el cumplimiento de las obligaciones laborales, de la previsión social y de las condiciones de salud y seguridad.

Estadio 1

Monitorea periódicamente el cumplimiento de los requisitos establecidos en la contratación y en las normas vigentes, exigiendo que sean hechos ajustes que garanticen el correcto cumplimiento de la legislación.

Estadio 2

Además de monitorear el cumplimiento de la legislación, negocia con sus proveedores para que proporcionen a sus empleados niveles salariales compatibles con las medias del mercado.

Estadio 3

Ofrece al trabajador tercerizado el acceso a beneficios básicos gozados por los empleados regulares, como transporte, alimentación, guardería, etc.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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.?		
La empresa:		
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?		

	2005	2006	2007	2008
14.5. Total de mujeres y hombres tercerizados				
Del universo de estos trabajadores:				
14.6. porcentual de mujeres en relación al total de trabajadores tercerizados				
14.7. porcentual de personas con discapacidad				
14.8. porcentual de personas mayores de 45 años				
En este universo de trabajadores tercerizados:				
14.9. remuneración media mensual de las mujeres				
14.10. remuneración media mensual de los hombres				

TRABAJO DECENTE²⁷

Política de Remuneración, Beneficios y Carrera

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

Busca superar los pisos salariales firmados con los sindicatos.

Estadio 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.

Estadio 2

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

Estadio 3

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

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
15.1. 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?		
15.2. ¿la remuneración variable de la empresa representa menos del 20% (veinte por ciento) de la masa salarial?		

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
15.3. ¿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)?		
15.4. ¿efectuó, en los últimos dos años, un aumento de la proporción entre el menor salario de la empresa y el salario mínimo vigente?		
15.5. ¿realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados en lo que se refiere a su política de remuneración y beneficios?		
El programa de participación en los resultados de la empresa, en caso de que lo posea:		
15.6. ¿fue establecido por medio de negociación con comisión de empleados o con sindicato?		
El programa de bonificación de la empresa, en caso de que lo posea:		
15.7. ¿fue establecido por medio de negociación con comisión de empleados o con sindicato?		
15.8. ¿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?		

	2005	2006	2007	2008
15.9. Total anual de la masa salarial y beneficios – en pesos				
15.10. División del menor salario de la empresa por el salario mínimo vigente				
Con relación al programa de participación en los resultados de la empresa:				
15.11. Porcentual de los valores distribuidos en relación a la masa salarial				
15.12. Porcentual de empleados beneficiados				
Con relación al programa de bonificación de la empresa:				
15.13. Porcentual de valores distribuidos en relación a la masa salarial				
15.14. Porcentual de empleados beneficiados				
15.15. Porcentual de acciones de la empresa en poder de los funcionarios				

Cuidados de la Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo

16

Buscando asegurar buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad²⁸, la empresa:

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

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

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

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

Estadio 1

Estadio 2

Estadio 3

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
16.1. ¿fue certificada por la norma SA8000 ²⁹ , por la OHSAS 18001 ³⁰ 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 ³¹ 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?		

	2005	2006	2007	2008
16.13. Media de horas extras por empleado/año				
16.14. Media de accidentes de trabajo por empleado/año				
16.15. Porcentual de accidentes que resultaron en alejamiento temporario de empleados y/o prestadores de servicio				
16.16. 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				
16.17. 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, focalizadas en el desempeño de tareas específicas.

Estadio 1

Mantiene actividades sistemáticas de desarrollo y capacitación, buscando el perfeccionamiento continuo de todo su personal, considerando la aplicabilidad en su función actual.

Estadio 2

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

Estadio 3

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 su personal, independientemente de la aplicabilidad en su función actual.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
17.1. ¿analiza periódicamente el perfil socioeconómico de sus empleados en el sentido de estimar sus estrategias de remuneración y beneficios y de educación y desarrollo?		
17.2. ¿mantiene un programa de erradicación del analfabetismo (absoluto y/o funcional), educación básica o enseñanza suplementaria entre sus empleados, con metas y recursos definidos?		
17.3. ¿posee un programa de mapeo para la identificación de capacidades potenciales a ser desarrolladas?		
17.4. ¿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?		
17.5. ¿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

La empresa:	Sí	No
17.6. ¿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 ³² ?		
17.7. 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?		

	2005	2006	2007	2008
17.9. Porcentual de facturación bruta invertida en desarrollo profesional y educación				
17.10. Número total de analfabetos funcionales en la fuerza de trabajo				
17.11. Porcentual de mujeres analfabetas funcionales en la fuerza de trabajo				
17.12. Porcentual de mujeres con Enseñanza Primaria completa en la fuerza de trabajo				
17.13. Porcentual de mujeres con Enseñanza Secundaria completa en la fuerza de trabajo				
17.14. Porcentual de mujeres con Enseñanza Terciaria o Técnica equivalente completa en la fuerza de trabajo				
17.15. Porcentual de mujeres con Enseñanza Universitaria completa en la fuerza de trabajo				
17.16. Porcentual de hombres analfabetos funcionales en la fuerza de trabajo				
17.17. Porcentual de hombres con Enseñanza Primaria completa en la fuerza de trabajo				
17.18. Porcentual de hombres con Enseñanza Secundaria completa en la fuerza de trabajo				
17.19. Porcentual de hombres con Enseñanza Terciaria o Técnica equivalente completa en la fuerza de trabajo				
17.20. Porcentual de hombres con Enseñanza Universitaria completa en la fuerza de trabajo				

Comportamiento Frente a Despidos

18 Ante la necesidad de reducción de personal, la empresa:

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

Estadio 1

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

Estadio 2

Ofrece servicios de recolocación y mantenimiento de beneficios por tiempo determinado al trabajador despedido sin justa causa. En caso de necesidad de despidos en masa, realiza previamente un programa de desvinculación voluntaria ofreciendo el mantenimiento de beneficios por tiempo determinado.

Estadio 3

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

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
18.1. ¿tuvo reclamos laborales relacionados a despidos en los últimos tres años?		
18.2. ¿acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene políticas para la minimización y mejora de ese indicador?		
18.3. ¿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 ⁸³ ?		
18.4. ¿busca asociarse con organizaciones especializadas para desarrollar programas de capacitación y estímulo a los emprendedores?		
18.5. ¿ante la necesidad de reducción de personal, prevé una comunicación dirigida para los empleados remanentes sobre los criterios que orientaron las decisiones tomadas?		

	2005	2006	2007	2008
18.6. Número de empleados al final del período				
18.7. Total del pasivo laboral al final del período				
18.8. Total de demandas laborales habidas en el período				
18.9. Número total de despidos en el período				
18.10. Número total de incorporaciones en el período				
18.11. Porcentual de desvinculados mayores de 45 años de edad en relación al número total de desvinculados.				

Preparación para la Jubilación

19

Buscando disponer a sus empleados para la jubilación, la empresa:

Ofrece informaciones básicas en lo que se refiere a la obtención de la jubilación.

Estadio 1

Orienta y ofrece asesoramiento regular en lo referido a modificaciones en la legislación, alternativas y procedimientos administrativos necesarios para la obtención de la jubilación.

Estadio 2

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

Estadio 3

Además de poseer un programa sistemático de preparación interna, ofrece oportunidades de aprovechamiento de la capacidad de trabajo de los jubilados.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

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

	2005	2006	2007	2008
19.5. Número de empleados que participaron en el programa de preparación para la jubilación				
19.6. 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
- 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. Ley 24.465
- 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/>

UNICEF: De acuerdo a datos del 2001 (SIEMPRO/ INDEC), 296.000 niños y niñas de 5 a 14 años se encontraban en situación de trabajo infantil en los conglomerados urbanos. En esta definición se considera a todos los niños y niñas que realizaron alguna actividad económica durante el año previo al relevamiento de la información, ya sea ayudando en el trabajo de un adulto, trabajando por propia cuenta para ganar dinero, o como empleado o aprendiz. Según la misma fuente, un total de 1.580.000 niñas y niños de 5 a 14 años realizaron actividades domésticas en sus propios hogares “atendiendo la casa, preparando la comida o cuidando a los hermanos cuando los mayores salían del hogar a trabajar”. Datos disponibles en http://www.unicef.org/argentina/spanish/children_795.htm

Informe: “Infancia y adolescencia: trabajo y otras actividades económicas”. Elaborado por OIT, INDEC y Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación, año 2006. Datos provenientes de la Encuesta de Actividades de Niños, Niñas y Adolescentes (EANNA), realizada en el año 2004. Disponible en: http://www.oit.org.pe/ipecc/documentos/simpoc_argentina.pdf

La EANNA es la primera encuesta específica que se realiza sobre la problemática del trabajo infantil en la Argentina. Su cobertura es urbana y rural y tiene una representatividad regional que abarca tres provincias del NOA (Jujuy, Salta y Tucumán), dos del NEA (Formosa y Chaco), la provincia de Mendoza y el Área Metropolitana de Buenos Aires. La muestra para las cuatro subregiones fue de catorce mil viviendas. El conjunto de la población cubierta representa, aproximadamente, el 50% de la residente en el país.

Cuadro 4.1. Niños, niñas y adolescentes de 5 a 17 años por grupo de edad, según condición laboral en la semana de referencia:

	5 a 13 años		14 a 17 años	
	Total	%	Total	%
TOTAL ¹	2.981.991	100.0	1.309.144	100.0
Trabajo	193.095	6.5	263.112	20.1
Resto	2.788.896	93.5	1.046.032	79.9

Fuente: EANNA, MTE y SSANDEC

1. El total corresponde a resultados expandidos de la encuesta.

Ley 20744. Título VIII, Arts. 187 a 195, 32 a 35; Ley 23849 (aprueba Convenio Internacional sobre los Derechos del Niño); 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 de trabajo infantil); Declaración Socio Laboral del MERCOSUR del 10-12-98 (establece pautas en relación al trabajo de menores).

- 18 Aprendices: Ver Ley 25.013 Art. 1º y Pasantías: Ver Ley 25.013 Art. 2º, Ley 25.165 (Pasantías Educativas)

- 19 Título VII, Cap. II Artículo 177 a 179. Ley 20.744
- 20 Artículo 179, Ley 20.744 y disposiciones especiales de convenios colectivos.
- 21 Ver Ley 20.744 Art. 73, 81, 172, y 187.

Para más información respecto de este tema ver: Asociación Civil La Usina (www.lausina.org); INADI –Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo- (www.inadi.gov.ar); Fundación Par (www.fundacionpar.org.ar); Acceso Ya (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. Beneficios impositivos a empleadores que contratan a trabajadores con discapacidad: Ley 22.431 modificada por Art. 23 de la Ley 23.021; Ley 24.147 Art. 34; Ley 24.013 Art. 87

- 23 Art. 8. Ley 22.431

- 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
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).

- 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 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.
- 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.
- 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).
- 32 Conforme a la Ley 25.165 Pasantías; Dto. PE 428/2000 (Pasantías Educativas); Dto. 1227/2001 (Pasantías del Sector Privado); Res. 1.299/06 Ministerio de Educación Ciencia y Tecnología (Reglamenta Becas Universitarias); Dto. 93/95 Modificado por Dto. 1546/06 del PE (Asignación Estímulo para Pasantes).
- 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 frente a las generaciones futuras

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

Gerenciamiento del impacto ambiental

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



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.

Estadio 1

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

Estadio 2

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

Estadio 3

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

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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 ³⁵ por medio de políticas específicas y/o proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados ³⁶ ?		
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 Conciencia Ambiental

21 Buscando contribuir con la concientización de la población en lo que se refiere a los desafíos ambientales consecuencia 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 consecuencia de la presión externa (exigencias del gobierno, crisis de suministro, etc.)

Estadio 1

Desarrolla sistemáticamente actividades de educación ambiental focalizadas en el público interno, poniendo a disposición informaciones y promoviendo discusiones.

Estadio 2

Además de campañas internas, desarrolla campañas de concientización y educación ambiental³⁷ dirigidas a familiares de empleados, proveedores, consumidores y clientes y a la comunidad del entorno inmediato de la empresa.

Estadio 3

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

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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 ³⁸ ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.3. ¿desarrolla periódicamente campañas internas de educación para el consumo consciente ³⁹ ?	<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 exigencias de la legislación y focaliza su acción preventiva en los procesos que presentan daño potencial a la salud y riesgo a la seguridad de sus empleados.

Estadio 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.

Estadio 2

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

Estadio 3

Además de poseer un sistema de gestión ambiental, produce estudios de impacto en toda la cadena productiva; entabla asociaciones con proveedores buscando la mejora de sus procesos de gestión ambiental y participa del destino final del producto y procesos post-consumo.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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:	2005	2006	2007	2008
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 con la conservación y combatir la explotación ilegal y predatoria de los bosques nativos, 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 forestales⁴⁰ utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo, pero no tiene política interna o programa específico.

Estadio 1

Tiene 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.

Estadio 2

Los insumos madereros y forestales utilizados en la operación diaria y/o proceso productivo poseen certificación de origen y cadena de custodia⁴¹.

Estadio 3

Las instalaciones y/o productos de la empresa poseen la certificación de origen y/o de la cadena productiva.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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:	2005	2006	2007
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 Materiales

24

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

Sin alterar su modelo tecnológico actual, ha buscado reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas, e implantar procesos para el destino adecuado de residuos.

Ha invertido en la actualización de su modelo tecnológico, buscando la reducción y/o sustitución de recursos de entrada y la reutilización de residuos (por la propia empresa o por terceros).

Además de invertir en la reducción y en la reutilización de recursos, posee 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 próxima a alcanzar un alto nivel de sustentabilidad ambiental por medio de estrategias de reutilización y compensación ambiental que abarquen todo el proceso productivo.

Estadio 1

Estadio 2

Estadio 3

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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?		

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

	2005	2006	2007	2008
24.7. Total invertido en programas y proyectos de mejora ambiental (en pesos)				
24.8. Porcentual de facturación bruta gastado en programas y proyectos de mejora ambiental				
24.9. Consumo anual de energía (en kWh)				
Consumo anual de combustibles fósiles:				
24.10. Gasolina/diesel (en litros)				
24.11. Aceite combustible (en toneladas)				
24.12. Gas – GLP/GN (en m3)				
24.13. Consumo anual de agua (en m3)				
24.14. Volumen medio anual de CO2 y otros gases de efecto invernadero emitidos a la atmósfera (en toneladas)				
24.15. 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 y 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
- 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 exploraciones 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 asociación con proveedores

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



Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

25

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

Posee política de selección y evaluación de proveedores y asociados conocida por las partes involucradas y basada sólo en factores como calidad, precio y plazo.

Estadio 1

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

Estadio 2

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

Estadio 3

Además de los criterios descritos anteriormente, estimula a que sus proveedores reproduzcan sus exigencias en lo referido a la responsabilidad social para sus propios proveedores, y que monitoreen esos criterios periódicamente.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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?		
La empresa:		
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	2005	2006	2007	2008
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 Productiva⁴²

26

En sus relaciones con proveedores y asociados, la empresa:

Posee políticas formales con el objetivo de aportar para la erradicación del trabajo infantil, discute la cuestión con los proveedores y los estimula a cumplir con la legislación.

Estadio 1

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

Estadio 2

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

Estadio 3

Articula programas y actividades que buscan erradicar el trabajo infantil de forma general en asociación con organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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	2005	2006	2007	2008
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 (o Análogo al Esclavo) en la Cadena Productiva

27 En sus relaciones con proveedores y asociados, la empresa:

Cumple rigurosamente la legislación, posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo forzado⁴³, exigiendo de los proveedores el cumplimiento de la legislación.

Estadio 1

Además de discutir la cuestión, incluye la prohibición del trabajo forzado como cláusula específica en sus contratos con proveedores.

Estadio 2

Además de poseer esta cláusula, verifica su cumplimiento periódicamente y realiza campañas de concientización para todos los proveedores, asumiendo públicamente su postura de repudio al trabajo forzado.

Estadio 3

Articula programas y actividades que buscan erradicar el trabajo forzado de forma general articulando asociaciones con organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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	2005	2006	2007	2008
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

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

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

Estadio 1

Contribuye a la mejora del modelo gerencial de los proveedores, poniendo a disposición información y promoviendo actividades conjuntas de capacitación.

Estadio 2

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

Estadio 3

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

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
28.1. ¿incluye 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.)?		
28.2. ¿apoya organizaciones que practican y promueven el Comercio Justo ⁴⁴ ?		
28.3. ¿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.)?		
28.4. ¿estimula la formación de redes o cooperativas de pequeños proveedores, ayudándolos a adecuarse a nuevos modelos de suministro?		
28.5. ¿tiene una política de compras ⁴⁵ que privilegie a proveedores con certificación socioambiental (como SA8000 ⁴⁶ , ISO 14000 ⁴⁷ , FSC ⁴⁸ , FLO ⁴⁹ , etc.)?		
28.6. ¿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?		
28.7. ¿posee ombudsman de proveedores o función similar para asegurar una relación de asociación con ese público?		

NOTAS

- 42 Convención 138 de la OIT sobre la edad mínima para admisión de empleo – La Convención 138 sobre la edad mínima para admisión de empleo, adoptada por la OIT en 1973, tiene como objetivo central establecer niveles mínimos de edad para admisión al empleo y al trabajo como forma de prevenir y eliminar el trabajo infantil; integra actualmente el conjunto de las ocho convenciones de la OIT identificadas como fundamentales para la promoción de los derechos humanos en el trabajo.
- 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.
- 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

- Política de Comunicación Comercial
- Excelencia en la Atención
- Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los 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 consumidor⁵⁰. Focaliza sus estrategias de comunicación en los objetivos relacionados al volumen de ventas y resultados financieros.

Estadio 1

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

Estadio 2

Tiene conciencia de su papel en la formación de valores⁵¹ y modelos de consumo y comportamiento de la sociedad y cuenta con procedimientos específicos para que su comunicación posibilite la creación de valores positivos en la sociedad como forma de contribuir con el desarrollo sustentable.

Estadio 3

Además, desarrolla asociaciones con proveedores, distribuidores, asistencia técnica y representantes de consumidores buscando crear una cultura de responsabilidad y transparencia en la comunicación.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
29.1. ¿La política de comunicación comercial consta en el código de conducta y/o declaración de valores?		
La empresa:		
29.2. ¿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?		
29.3. ¿llama la atención del cliente/consumidor por alteraciones en las características de sus productos o servicios (composición, aspecto, calidad, plazos, peso, precio, etc.)?		
29.4. ¿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?		
29.5. ¿realiza un análisis previo de las piezas publicitarias para verificar la coherencia con sus valores y principios?		
29.6. ¿posee políticas específicas para asegurar que la comunicación orientada al público infante-juvenil sea responsable?		
29.7. ¿interactúa con sus proveedores y distribuidores estimulándolos a que asuman una postura responsable en relación a la comunicación orientada al público infante-juvenil?		
29.8. ¿realiza un análisis previo de las piezas publicitarias para verificar su conformidad con la Declaración Universal de los Derechos Humanos?		
29.9. ¿tuvo, en los últimos tres años, alguna campaña o pieza de comunicación que haya sido objeto de reclamo de clientes, proveedores o competidores?		
29.10. ¿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 en la Atención

30

En lo que se refiere a su compromiso con la calidad de los servicios de atención al consumidor/cliente, la empresa:

Posee una atención básica receptiva, ampliamente divulgada, focalizada en la información y en la solución de reclamos individuales.

Estadio 1

Proporciona fácil acceso del consumidor/cliente al servicio o información de su interés, registra y comunica internamente sus manifestaciones, resolviendo rápida e individualmente los reclamos y orientándolo sobre los procedimientos adoptados.

Estadio 2

Además de registrar las manifestaciones 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.

Estadio 3

Promueve la mejora continua de su atención priorizando el diálogo y el compromiso de las partes interesadas en el proceso.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
30.1. ¿La política y las normas de relación con los clientes y consumidores constan en el código de conducta y/o declaración de valores?		
La empresa:		
30.2. ¿tiene un ombudsman del consumidor o función similar?		
30.3. ¿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?		
30.4. ¿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?		
30.5. ¿promueve la capacitación continua de sus profesionales de atención al cliente para establecer una relación ética y de respeto de los derechos del consumidor?		
30.6. ¿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?		
30.7. ¿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?		
30.8. ¿el servicio de atención a consumidores/clientes es evaluado por indicadores y tiene representación en los procesos de toma de decisión de la empresa?		
30.9. ¿al vender productos y servicios la empresa utiliza solamente argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente?		
30.10. ¿tiene una política explícita de no soborno para obtener la decisión de compra de productos o contratación de servicios?		
30.11. ¿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
30.12. ¿informa al cliente el propósito de la solicitud de informaciones personales antes de hacerla?		
30.13. ¿solicita solamente informaciones personales relevantes y no más de la necesaria para los objetivos declarados?		
30.14. ¿proporciona información del cliente a terceros sólo mediando su autorización?		
30.15. ¿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	2005	2006	2007	2008
30.16. Facturación Anual				
30.17. Total de consumidores y clientes				
30.18. Total de llamadas atendidas por el SAC				
30.19. Porcentual de reclamos en relación al total de llamadas atendidas por el SAC				
30.20. Porcentual de reclamos no atendidos por el SAC				
30.21. Tiempo medio de espera en el teléfono del SAC hasta el inicio de la atención (en minutos)				
30.22. 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 En lo que se refiere al conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de sus productos y servicios⁵², la empresa:

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

Estadio 1

Realiza regularmente estudios e investigaciones técnicas sobre riesgos potenciales y divulga tales informaciones a sus pares comerciales, adoptando medidas preventivas o correctivas cuando son detectados riesgos de fallas. Pone a disposición informaciones detalladas sobre sus productos y servicios a sus consumidores y clientes.

Estadio 2

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

Estadio 3

Además, los valores y principios de la empresa, el desarrollo sustentable y la ética⁵³ son considerados dimensiones importantes en la concepción o reformulación, fabricación y venta de sus productos y/o servicios prestados.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

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

En relación a violaciones al Código de Defensa del Consumidor:	2005	2006	2007	2008
31.7. Cantidad de procesos administrativos				
31.8. Cantidad de procesos judiciales (civiles y penales) recibidos				

NOTAS

50 Ley 24.240. Defensa del Consumidor.

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

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

Acción social

- Financiamiento de la Acción Social
- Compromiso de la Empresa 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 entretenimiento, guarderías, transporte público, tráfico de vehículos, etc.), la empresa:

Busca tomar medidas reparatoras en respuesta a reclamos y manifestaciones de la comunidad.	Conoce en profundidad sus impactos sobre la comunidad, posee un proceso estructurado para registrar reclamos y promueve reuniones sistemáticas para informar al liderazgo local sobre las provisiones tomadas.	Posee una política formal de anticiparse a las 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.
<input type="checkbox"/> Estadio 1	<input type="checkbox"/> Estadio 2	<input type="checkbox"/> Estadio 3	<input type="checkbox"/> Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.
 No vemos aplicación de esto en nuestra empresa (Justifique).

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
32.1. ¿reconoce a la comunidad en la que está presente como parte interesada importante en sus procesos decisorios?		
32.2. ¿posee políticas de relación con la comunidad de su entorno contempladas en su código de conducta y/o en la declaración de principios?		
32.3. ¿participa activamente de la discusión de problemas comunitarios y de la búsqueda de soluciones?		
34.4. ¿contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que puedan ser usufructuadas por la comunidad (viviendas, carreteras, puentes, escuelas, hospitales, etc.)?		
32.5. ¿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?		
32.6. ¿tiene prácticas de compra y de inversiones para contribuir con el desarrollo socioeconómico de la comunidad en la que está presente?		
32.7. ¿concientiza y capacita a sus empleados para que respeten los valores, conocimiento y prácticas tradicionales de la comunidad donde actúa?		
32.8. ¿posee indicadores para monitorear los impactos causados por sus actividades en la comunidad de su entorno?		
32.9. ¿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?		

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 Servicios Públicos (escuela, puestos de salud, etc.) presentes en su entorno, la empresa⁵⁴:

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

Estadio 1

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

Estadio 2

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

Estadio 3

Actúa en asociación con entidades locales buscando influenciar sobre las políticas públicas, estableciendo alianzas y participando de diversas redes a fin de maximizar su contribución al desarrollo local.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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 privada⁵⁶ gerenciada por equipo especializado, con dotación presupuestaria estable y con público, metas y estrategias definidos.</p>	<p>Programa social estructurado o inversión social privada que cuenta con un mecanismo propio para la generación de lucro, estando asegurada su continuidad a largo plazo (fondo patrimonial y/o porcentaje fijo sobre la facturación de la empresa).</p>
<p>Estadio 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Estadio 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Estadio 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Estadio 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> No habíamos tratado antes este asunto.</p>		<p><input type="checkbox"/> No vemos aplicación de esto en nuestra empresa (Justifique).</p>	

INFORMACIONES ADICIONALES

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

Compromiso 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.

Estadio 1

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

Estadio 2

Además de eso, posee una política de cesión de sus capacidades técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales (corporativos o realizados por terceros).

Estadio 3

Involucra a las organizaciones o liderazgos locales en el diseño y en la implementación de los proyectos sociales e intercede frente a otros organismos, públicos o privados, para la concreción de esos proyectos.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
35.1. ¿utiliza los incentivos fiscales de deducción o descuento de donaciones y patrocinios ⁵⁸ ?		
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?		
Con referencia a la gestión de la acción social, la empresa:		
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?		

	2005	2006	2007	2008
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 Veá el sitio del IARSE <http://www.iarse.org>. Casos, Conferencias, Artículos sobre Inversión Social Privada. Veá 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. 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

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

Liderazgo social

- Liderazgo e Influencia Social
- Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

Contribuciones para Campañas Políticas⁵⁹

36

Con relación 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 dirección, dentro de los parámetros establecidos por la legislación.

Estadio 1

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

Estadio 2

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

Estadio 3

Además de lo descrito en el estadio anterior, promueve campañas de concientización política, ciudadana y sobre la importancia del voto involucrando a todos los empleados y otras partes interesadas.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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

En relación a su papel en la construcción de ciudadanía⁶⁰, la empresa:

Desarrolla actividades eventuales cuyo foco es la educación para la ciudadanía, abordando derechos y deberes.

Estadio 1

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

Estadio 2

Además, promueve o apoya la organización de debates, foros de discusión con los candidatos políticos con el objetivo de asegurar el voto conciente, en asociación con organizaciones que trabajan en ese tema.

Estadio 3

Assume el papel de formar ciudadanos y desarrolla programas de educación para la ciudadanía también en su cadena de producción y 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.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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 Coima

38

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

Busca evitar situaciones que supongan 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 con referencia a la prohibición de favorecer directa o indirectamente a agentes del poder público.

Asume el compromiso público de combate a la corrupción y coima, posee normas escritas (documento específico, código de conducta, etc.) que son divulgadas 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.

Conciente de que la erradicación de las prácticas ilegales, inmorales y antiéticas también depende de la divulgación, facilitación y educación, busca involucrar a un número cada vez mayor de partes interesadas como proveedores, clientes, entidades asociadas, etc. en iniciativas de combate a la corrupción y coima, diseminando el tema, y/o enseñando sobre la utilización de herramientas correlacionadas, etc.

Estadio 1

Estadio 2

Estadio 3

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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 de comisiones y grupos de trabajo relacionados con la defensa y promoción de los intereses específicos de su rubro o sector de negocio.

Estadio 1

Participa de comisiones y grupos de trabajo relacionados con cuestiones de interés público.

Estadio 2

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

Estadio 3

Tiene miembros de su alta dirección involucrados en la articulación, viabilización y fortalecimiento de propuestas de carácter socioambiental y en diálogo con otras empresas, asociaciones o con autoridades públicas buscando su adopción.

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

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

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
39.1. ¿patrocina o realiza campañas en medios de comunicación exclusivamente relacionadas a cuestiones de interés público?		
39.2. ¿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?		
39.3. ¿estimula y patrocina proyectos de desarrollo de investigación y tecnología, interactuando activamente con la comunidad académica y científica?		

Participación en Proyectos Sociales

40

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

Contribuye sólo con el pago de impuestos.

Estadio 1

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

Estadio 2

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

Estadio 3

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

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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.?		
40.2. ¿patrocina programas públicos o privados de becas escolares?		
40.3. ¿articula y coordina asociaciones en los programas en los que participa?		

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 Gobernabilidad Corporativa

Facilitador del Tema: Nombre del facilitador del tema

Equipo: Nombre del equipo

Indicador: Compromisos Éticos

Etapa definida por el equipo:

Estadio 1

Estadio 2

Estadio 3

Estadio 4

No habíamos tratado antes este asunto.

No vemos aplicación de esto 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 GOBERNABILIDAD COOPERATIVA

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	1.12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	1.13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	1.14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	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 Organizacional		Sí	No
	2.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	2.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Gobernabilidad Corporativa		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	3.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	3.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	3.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	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	4.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	4.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	4.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	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 con las Partes Interesadas (Stakeholders)		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	5.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	5.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	5.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	5.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Balance Social		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	6.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	6.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	6.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	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		Sí	No
	7.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	7.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	7.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 Gestión Participativa		Sí	No
	8.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	8.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	8.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No habíamos tratado antes este asunto.

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

9 Compromisos con el Porvenir de los Niños		Sí	No
9.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
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"/>	
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 y No Discriminación		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"/>	
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"/>	
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 Equidad, No Discriminación Racial o por Origen Nacional (Xenofobia)		Sí	No
12.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
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 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"/>	
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		Sí	No
14.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
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, Beneficios 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"/>	
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"/>	
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"/>	

- No habíamos tratado antes este asunto.
- No vemos aplicación de esto en nuestra empresa (Justifique).

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

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 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	20.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	20.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	20.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	20.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21 Educación y Conciencia Ambiental		Sí	No
	21.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	21.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	21.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22 Gerenciamiento del impacto en 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 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	22.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	22.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	22.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	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"/>
1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	23.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	23.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24 Minimización de Entradas y Salidas de Materiales		Sí	No
	24.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	24.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	24.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	24.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	24.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	24.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- No habíamos tratado antes este asunto.
- No vemos aplicación de esto 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 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	25.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	25.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	25.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	25.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	25.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	25.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26 Trabajo Infantil en la Cadena Productiva		Sí	No
1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	26.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27 Trabajo forzado (o análogo al Esclavo) en la cadena productiva		Sí	No
1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	27.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	27.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
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 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	28.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	28.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	28.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	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 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	29.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	29.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	29.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	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 en 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 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	30.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	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	31.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	31.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	31.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	31.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

COMUNIDAD

32 Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad del 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	32.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	32.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	32.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	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	33.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	33.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	34.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	34.2	<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 Compromiso de la Empresa con la Acción Social		Sí	No
1	35.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	35.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	35.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	35.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

GOBIERNO Y SOCIEDAD

36 Contribuciones para Campañas Políticas		Sí	No
1	36.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	36.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	37.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

- No habíamos tratado antes este asunto.
- No vemos aplicación de esto en nuestra empresa (Justifique).

Reconocimiento a los autores originales de este Manual

El IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria) agradece al Instituto ETHOS de Brasil por haber permitido la traducción y adaptación a la realidad argentina del presente Manual.

Realización original:

Instituto ETHOS de Empresas y Responsabilidad Social
Rua Francisco Leitão, 469, 14º andar, conj. 1407
05414-020- São Paulo, SP
Tel.: (11) 3897-2400
Fax: (11) 3897-2424
e-mail: atendimento@ethos.org.br
Sitio web: <http://www.ethos.org.br>

Investigación y Desarrollo (versión original)

Instituto ETHOS: Valdemar de Oliveira Neto y Vivian Smith
Consultores: José Edson Bacellar Jr y Paulo Knörich, Fundação Dom Cabral y Pact

Revisión 2006

Coordinadores: Gláucia Terreo, Renato Moya y Ana Lucía de Melo Custódio
Amadeu Martire, John Butcher, Mauricio Mirra, Caio Magri, Hania Riveiro, Paulo Itacarambi, Gustavo Baraldi, Yara Ortega, Benjamin Gonçalves, Leno F. Silva, Ricardo Young, Oded Grajew, Tarcila Reis

Captación de recursos

María Cristina Bumachar y Luciana Aguiar

Agradecimientos

Reinaldo Bulgarelli (Txai), Manuel Buvinich, Lucio Gonçalves, Jalim Girade, Flavio Franco e Cenise Montevicente (UNICEF), Andréia Camargo Marques Postal (Amarques & Associados), Beat Grüninger (BSD Ltda.), Carlos Eduardo Lessa Brandão (IBGC), Marcia Vaz (O Boticário), Carmen Weingrill (FGV CES), Ernts Ligteringen (GRI), Elio Santos y Moisés de Freitas Cunha (IBD), Roberta Cadoso, Luiz Macedo, Vrandesa Freiria y el Grupo de Trabalho de Desenvolvimento de Indicadores Setoriais para Empresas Varejistas (FGV CES), Fernanda Gabriela Borger, Ricardo Revoredo, Fábio Lisauskas y Carolina Chaad (FIPE), Elio Zylberstein (FEPA USP), Homero Santos (Fractalis), Sheila y Saraiva y Daniela de Melo Custódio.

Apoyo

BID-FOMIN

Patrocinio

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

Realización



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 / mail@iarse.org

INSTITUTO
ETHOS
EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

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 / indicadores@ethos.org.br

Agradecemos a las siguientes empresas que invirtieron en la investigación, promoción y difusión de la Responsabilidad Social Empresaria, acompañándonos en la edición de este material:

ANTONIO BARILLARI S.A.
GRUPO ARCOR
GRUPO SANCOR SEGUROS
LA MARCHIGIANA
MANPOWER ARGENTINA
MAPFRE ARGENTINA
MOVISTAR
NATIO
NOBLEZA PICCARDO

También a las compañías que 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

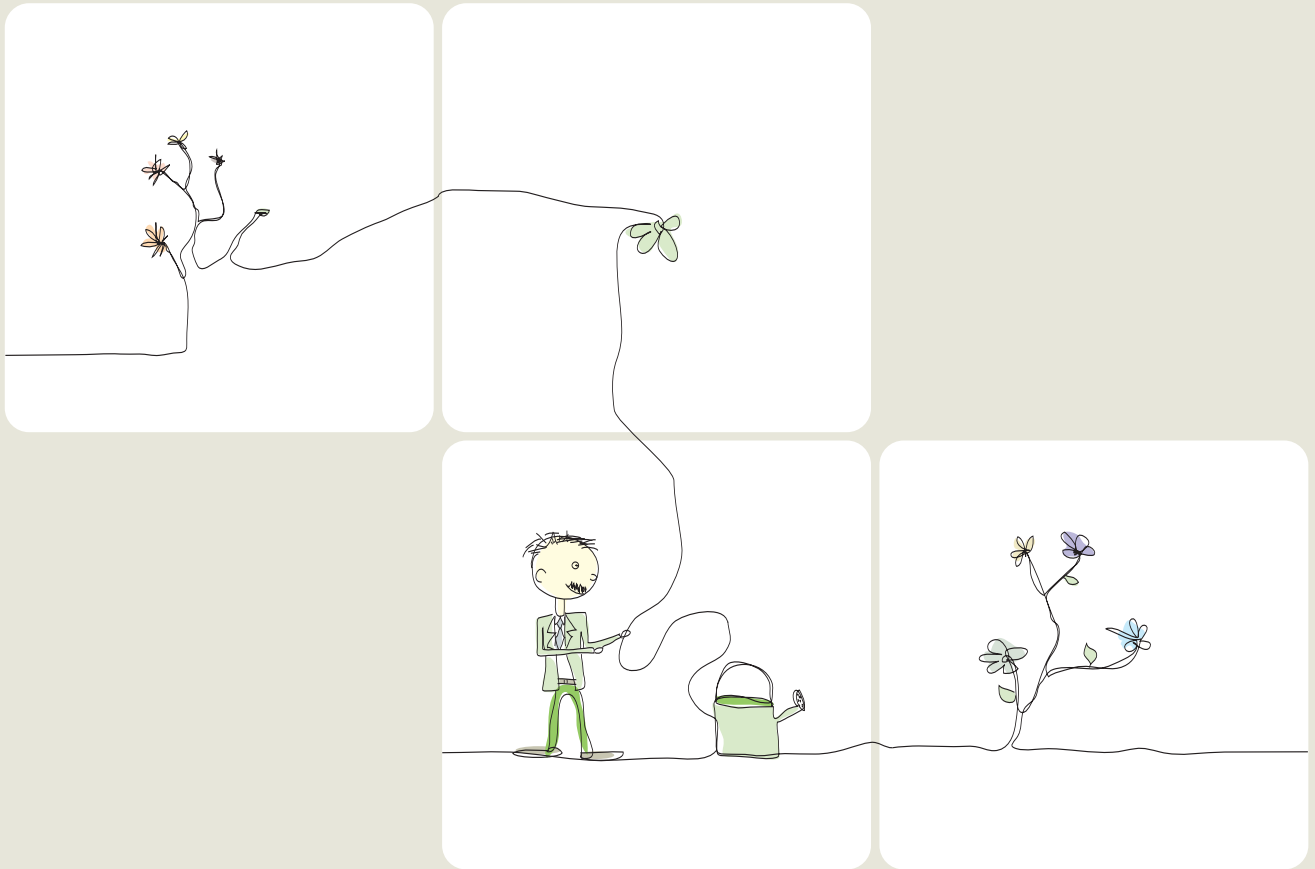
ACCOR SERVICES ARGENTINA - ADECCO - GRUPO ARCOR - BANCO ITAÚ - BARILLARI S.A - C&A
FUNDACIÓN DE LA CUENCA / GRUPO UNIDOS - GLACIAR PESQUERA - GRUPO CODERE - GRUPO LUCCI
GRUPO MINETTI - HOLIDAY INN CÓRDOBA - IBM ARGENTINA - INFOXEL - INTERSERVICES
LA NACIÓN - LA VOZ DEL INTERIOR - MANPOWER ARGENTINA - MAPFRE ARGENTINA - METANOIA S.A.
MOVISTAR - NATURA - NOBLEZA PICCARDO - ORACLE ARGENTINA - PECTRA TECHNOLOGY
PEPSICO DE ARGENTINA - PETROBRAS - REFINOR - REPSOL YPF - RÍO URUGUAY SEGUROS - SAN JUAN
/ MAR DEL PLATA - TELECOM ARGENTINA - TELEFONICA DE ARGENTINA - THE HADA GROUP

CATEGORÍA PLATA

CARREFOUR ARGENTINA - ESTUDIO ARTWORK - FEEDBACK PR - GAS NATURAL BAN
GATICA & CHASSEING ABOGADOS - GRUPO BURCO - GRUPO LOS GROBO - GRUPO SANCOR SEGUROS
MATRICERÍA AUSTRAL - NEOTEC S.A. - PERSPECTIVAS SOCIALES - PROMEDON - SIEMENS ARGENTINA
TRANSPORTADORA DE GAS DEL NORTE

CATEGORÍA BRONCE

ALTO PARANÁ - ARGENTUM CONSULTING - BOTTON - CLIBA
COLEGIO UNIVERSITARIO DE PERIODISMO - COUPER SRL - ERMOPLAS S.R.L - INTI ZEN
NATURAL - STONES S.A. - PIN S.A. - RODE - SUTEC S.A. - TURISMO INTEGRAL PATAGÓNICO
ZUBILLAGA HNOS SRL



**Es lógico que una empresa que se dedica a darle vida a las ideas,
fabrique sus productos pensando en la vida de los demás.**

En Natio creamos artículos promocionales, generando soluciones innovadoras para diferentes necesidades de comunicación. Fabricamos productos amigables con el medio ambiente, favoreciendo a la producción de las comunidades locales, con la intención de promover un desarrollo sustentable en nuestra región.

natio

PRODUCTOS QUE COMUNICAN

Argandoña 3202 • X5006GDS Córdoba • Argentina

Tel/Fax: ++ 54 (351) 456 9477 • e-mail: info@natio.biz • www.natio.biz

«Crear valor económico
sin destruir valor social
ni ambiental.»»

No hay empresas exitosas en comunidades deterioradas.



LA MARCHIGIANA
COCINA ITALO ARGENTINA

Clásico de Mendoza.

Centro: Patricias Mendocinas 1550 - Tel (0261) 4230751
Palmares Open Mall: Ruta Panamericana 3200 - Godoy Cruz - Tel (0261) 4391961.
www.marchigiana.com.ar



Responsabilidad Social Corporativa

Compromiso en la gestión del negocio

A partir del rol privilegiado que nos da el interactuar cotidianamente en el ámbito de los recursos humanos con miles de empresas en todo el país, podemos asumir una posición aglutinante en torno al compromiso con la diversidad e inclusión en el mundo del trabajo, y sumarnos activamente a la lucha contra las prácticas de empleo abusivas.

**Si queremos ser agentes
de cambio, debemos dar
el ejemplo.**

What do you do?



Manpower®



Una empresa nacional,
con más de 40 años
de trayectoria en el país.



APOSTAMOS AL FUTURO.
APOSTAMOS A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.



ANTONIO BARILLARIS S.A.
Unida a la región patagónica