



**GUÍA CERES**  
**DE INDICADORES**  
de Responsabilidad Social Empresarial

**CERES – ETHOS 2011**

**Los Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial 1.0 es una publicación puesta a disposición por el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, CERES que comprende los indicadores del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial, PLARSE adaptados a la realidad de cada país participante en base a los diseñados anualmente por el Instituto Ethos de Brasil.**

**Responsable de la presente edición:**

Equipo CERES

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

[proyectos@redceres.org](mailto:proyectos@redceres.org)

**Agradecimientos:**

Al PROGRAMA LATINOAMERICANO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (PLARSE) promovido por el Instituto Ethos, la Fundación AVINA, la Organización Intereclesiástica para la Cooperación al Desarrollo (ICCO) y Forum Empresa.

**A las organizaciones participantes del programa:**

ADEC - Paraguay

IARSE- Argentina,

Fundación COBORSE-Bolivia,

Instituto ETHOS- Brasil,

PERU 2021- Perú,

UNIRSE-Nicaragua

Al Instituto ETHOS, sus autoridades y equipo de colaboradores por el apoyo técnico brindado.

A empresas y organizaciones sin fines de lucro ecuatorianas que han participado de la validación de los indicadores ETHOS para la realidad ecuatoriana como:

- ACORVOL. Asociación Coordinadora del Voluntariado del Guayas
- CEDA. Centro Ecuatoriano de Derecho Ambiental
- DINERS
- FAN. Fondo Ambiental Nacional
- HEXAGON
- INEN. Instituto Ecuatoriano de Normalización
- MOVISTAR
- PRONACA
- SIGVOL. Servicio Ignaciano de Voluntariado

**Diseño**

Mantis Comunicación

[mantis@mantis.com.ec](mailto:mantis@mantis.com.ec)

Quito, Ecuador

Noviembre 2011

Para el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, CERES, La Responsabilidad Social Empresarial es una nueva forma de gestión, con cual las empresas y organizaciones operan en forma sustentable en lo económico, social y ambiental, reconociendo los intereses de distintos públicos con los que se relaciona, como los accionistas, los empleados, la comunidad, los proveedores, los clientes, considerando el medio ambiente y las generaciones futuras.

**CERES**, es la organización líder en promoción de la RSE en Ecuador. Es una red nacional compuesta por empresas comprometidas con implementar y mejorar su gestión estratégica de la RSE.

### **MISIÓN**

Promover el concepto y las prácticas de la responsabilidad social, a través de un grupo de organizaciones fortalecidas y comprometidas con el desarrollo sostenible del Ecuador.

### **VISIÓN**

Ser la organización nacional referente en el campo de la Responsabilidad Social.

# ÍNDICE

Presentación	5
Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	11
Público interno	23
Medio Ambiente	45
Proveedores	53
Consumidores y Clientes	57
Comunidad	
Gobierno y Sociedad	63

# Presentación INDICADORES CERES-ETHOS 2011

Los Indicadores CERES-ETHOS 2011, son una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de las empresas que refieren a la incorporación de prácticas de responsabilidad social, al planeamiento estratégico, al monitoreo y desempeño general corporativo. Se basan en las mejores prácticas y estándares internacionales y son un instrumento de autoevaluación y aprendizaje de uso esencialmente interno a la empresa.

Lanzados por el Instituto ETHOS de Brasil en 2000, fueron adoptados como base de referencia para el desarrollo de indicadores de otras organizaciones de RSE en Latinoamérica.

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

Los Indicadores CERES-ETHOS 2011 han sido formulados de modo tal que contemplan los aspectos comunes a la gestión de RSE en el contexto latinoamericano y comprenden el componente cuestionario referido a los INDICADORES EN PROFUNDIDAD (ETAPAS).

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

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

## Las organizaciones participantes del programa son:

- Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC) – Paraguay
- Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) – Ecuador
- Corporación Boliviana de RSE (COBORSE) – Bolivia
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) – Argentina
- Instituto ETHOS – Brasil
- Perú 2021 – Perú
- Unión Nicaragüense para la RSE (UNIRSE) – Nicaragua
- Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES) – Colombia

# Estructura del Cuestionario

## Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo

### AUTORREGULACIÓN DE LA CONDUCTA

1. Compromisos Éticos
2. Arraigo en la Cultura Organizativa
3. Gobierno Corporativo

### RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

4. Relaciones con la Competencia
5. Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés (Stakeholders)
6. Balance Social/ Memorias de RSE/ Reporte de Sostenibilidad

## Público Interno

### DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

7. Relaciones con Sindicatos u Otras Asociaciones de Empleados
8. Gestión Participativa

### RESPETO AL INDIVIDUO

9. Compromiso con el Futuro de los Niños
10. Compromiso con el Desarrollo Infantil
11. Valoración de la Diversidad
12. Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial
13. Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género
14. Relaciones con Trabajadores Tercerizados (NO APLICABLE EN ECUADOR)

### TRABAJO DECENTE

15. Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera
16. Cuidados de Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo
17. Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad
18. Conducta Frente a Despidos
19. Preparación para Jubilación

## Medio Ambiente

### RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS

20. Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental
21. Educación y Concientización Ambiental

### GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

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

## **Proveedores**

### **SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ALIANZA CON PROVEEDORES**

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

## **Consumidores y Clientes**

### **DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO**

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

## **Comunidad**

### **RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL**

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

### **ACCIÓN SOCIAL**

- 34. Financiamiento de la Acción Social
- 35. Involucramiento con la Acción Social

## **Gobierno y Sociedad**

### **TRANSPARENCIA POLÍTICA**

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

### **LIDERAZGO SOCIAL**

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

## Estructura de los Indicadores

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

Indicadores de Profundidad: permiten evaluar la etapa actual de la gestión de RSE de la empresa. Son los indicadores de aplicación común a todos los países de la región que participan del programa. Está representado por cuatro cuadros contiguos que expresan estados de determinada práctica, evolucionando desde una primera a una cuarta etapa, a fin de poder identificar fácilmente en qué estado de la práctica se encuentra la empresa, tal como se describe a continuación:

<p>Los valores de la organización están formalizados en una carta de principios, pero están poco incorporados a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas.</p>	<p>Los valores y principios de la organización existen en documento formal, que cuenta con proceso de difusión sistemático enfocado en el público interno bajo la responsabilidad de persona o área responsable.</p>	<p>La organización posee un código de conducta (en el(los) idioma(s) local(es) y adaptado al contexto local, en el caso de las multinacionales) y tiene programas de orientación y entrenamiento para los empleados de todos los niveles jerárquicos para garantizar que los valores y principios se incorporen a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas. Tales acciones están formalmente a cargo de una persona o área responsable.</p>	<p>Además de eso, el código de ética de la organización prevé la participación de empleados, de los principales grupos de interés en su revisión y está sometido a control y auditoría periódicos. La responsabilidad de esas acciones está formalmente a cargo de un equipo multidisciplinario.</p>
<p>ETAPA 1</p>	<p>ETAPA 2</p>	<p>ETAPA 3</p>	<p>ETAPA 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

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 califican el estado seleccionado en los Indicadores de 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 levantamiento 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, estos datos serán seguramente de utilidad para el monitoreo interno de la empresa y contribuyen a 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. Cuantas 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 Empresarial, su correlación con las iniciativas del Pacto Global y GRI (Global Reporting Initiative), contacte a CERES al email: [proyectos@redceres.org](mailto:proyectos@redceres.org) o a los teléfonos 2553723 / 2221731

**VALORES,  
TRANSPARENCIA  
Y GOBIERNO  
CORPORATIVO**



**Autorregulación de la Conducta**

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

**Relaciones transparentes con la sociedad**

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

# Autorregulación de la Conducta

## Indicador 1 – Compromisos Éticos

Respecto a la adopción y alcance de valores y principios éticos:

<p>Los valores de la organización están formalizados en una carta de principios, pero están poco incorporados a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas.</p>	<p>Los valores y principios de la organización existen en documento formal, que cuenta con proceso de difusión sistemático enfocado en el público interno bajo la responsabilidad de persona o área responsable.</p>	<p>La organización posee un código de conducta (en el(los) idioma(s) local(es) y adaptado al contexto local, en el caso de las multinacionales) y tiene programas de orientación y entrenamiento para los empleados de todos los niveles jerárquicos para garantizar que los valores y principios se incorporen a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas. Tales acciones están formalmente a cargo de una persona o área responsable.</p>	<p>Además de eso, el código de ética de la organización prevé la participación de empleados, de los principales grupos de interés en su revisión y está sometido a control y auditoria periódicos. La responsabilidad de esas acciones está formalmente a cargo de un equipo multidisciplinario.</p>
<input type="checkbox"/> ETAPA 1	<input type="checkbox"/> ETAPA 2	<input type="checkbox"/> ETAPA 3	<input type="checkbox"/> ETAPA 4
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.			
<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)			

### Informaciones Adicionales

La empresa:		SI	NO
1.1	Cumple con la legislación impositiva y se encuentra al día en el pago de impuestos.		
1.2	Cumple con la normativa de seguridad social vigente.		
1.3	Tiene procedimientos para que todos sus empleados conozcan la legislación que deben cumplir de acuerdo con la actividad que desarrolla la empresa.		
1.4	Tiene un código de ética.		
1.5	Tiene un código de ética que es entregado y difundido entre los empleados de todos los niveles de la empresa.		
1.6	Tiene un código de ética que contempla a los siguientes grupos de interés: empleados, proveedores, medio ambiente, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y accionistas minoritarios.		
1.7	Tiene un código de ética en donde se prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales (soborno, corrupción, extorsión, coima y doble contabilidad).		
1.8	Expone públicamente sus compromisos éticos a sus grupos de interés, por medio de material institucional, por Internet o de otra manera adecuada.		
1.9	Posee un comité, consejo o responsable(s) formal(es) de las cuestiones éticas, reconocido(s) internamente.		

La empresa:		SI	NO
1.10.	Posee un comité, consejo o responsable(s) formal(es) de las cuestiones éticas, reconocido(s) externamente.		
1.11.	Estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de sus empleados.		
1.12.	Cuenta con un mecanismo para conocer la opinión de sus empleados acerca del ambiente ético de la empresa.		
1.13.	Promueve la transparencia entre sus colaboradores, clientes y proveedores.		
1.14.	Tiene una misión y visión que es revisada periódicamente.		
1.15.	Tiene explícita su misión y visión y además expuestas públicamente.		
1.16.	Tiene una misión y visión en la que se incluyen consideraciones sobre responsabilidad social empresarial.		
1.17.	Tiene una misión y visión que ha sido redactada con la participación de personas de distintos niveles de la empresa.		
1.18.	Tiene una misión y visión que ha sido redactada con la participación de actores externos a la empresa (proveedores, clientes, comunidad, etc.).		

## Indicador 2 – Arraigo en la Cultura Organizativa

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

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

### Informaciones Adicionales

La empresa:		SI	No
2.1.	Aborda las cuestiones éticas en encuestas de clima laboral, por evaluación de 360º o herramientas similares.		
2.2.	Cuenta con empleados que demuestran familiaridad con los temas contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente.		
2.3.	Tiene una estructura organizativa con procedimientos para manejar denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento del código de ética y/o su declaración de principios.		
2.4.	Difunde y educa a sus empleados, en valores y aplicación de su código de ética de manera regular.		

## Indicador 3 - Gobierno Corporativo<sup>2</sup>

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

<p>Además de actuar de acuerdo con la legislación vigente, tiene un consejo de administración o consultivo (o estructura similar) y los reportes financieros son auditados por auditoría externa independiente.</p>	<p>El consejo de administración o consultivo (o estructura similar) tiene compromisos, políticas explícitas y mecanismos formales que aseguran la integridad de los informes financieros, priorizando la transparencia en las prestaciones de cuentas y otras informaciones.</p>	<p>Además de eso, tiene políticas explícitas para promover tratamiento adecuado al derecho de voto y tratamiento justo y equitativo a los socios, con resultados monitoreados y evaluados periódicamente.</p>	<p>Además de lo expuesto en las etapas anteriores, la alta administración (consejo y directores) 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 los grupos de interés en asuntos que las involucren.</p>
<b>ETAPA 1</b>	<b>ETAPA 2</b>	<b>ETAPA 3</b>	<b>ETAPA 4</b>
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)			

### Informaciones Adicionales Locales

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 una estructura que contemple Consejo Directivo o consultivo, auditoría externa independiente, para: asegurar el control de la propiedad sobre la gestión; prevenir/evitar abusos de poder de sus integrantes; fraudes por uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses; evitar 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, entre otros.		
3.3.	Cuenta con mecanismos para nombrar miembros del consejo, lleva en consideración habilidades, conocimientos y especialización para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades, riesgos ambientales y sociales y monitorear la actuación de la gestión (directiva).		
3.4.	Utiliza un manual de políticas, normas y procedimientos, tales como: políticas de compras y contrataciones políticas de RRHH, perfiles de puesto, rangos salariales, reclutamiento y selección de personal.		

## Informaciones Cuantitativas Locales

	2009	2010	2011
3.5. Número de miembros del Consejo Directivo (o estructura similar).			
3.6. Porcentaje del Consejo Directivo (o estructura similar) formado por consejeros independientes, sin cargos ejecutivos.			
3.7. Porcentaje de mujeres en el Consejo Directivo (o en estructura similar).			

## Relaciones transparentes con la sociedad

### Indicador 4 – Relaciones con la Competencia

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

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



## Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		SI	No
4.1.	Utiliza mecanismos para comunicarse y relacionarse con la competencia, promoviendo así una competencia leal.		
4.2.	Tiene principios relacionados a la competencia leal que constan en el código de ética de la empresa.		
4.3.	Expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su página web, de material institucional, del informe anual etc.).		
4.4.	Adopta políticas de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos o servicios.		
4.5.	Tiene una política sobre competencia leal que abarca a la cadena productiva de la empresa.		
4.6.	Tiene una política sobre competencia leal que aborda los siguientes temas; piratería, evasión fiscal, contrabando, adulteración de productos o marcas, falsificación de productos.		
4.7.	Se caracteriza porque en los últimos tres años, no ha sido denunciada en algún organismo de defensa al consumidor por prácticas de competencia desleal.		
4.8.	Se caracteriza porque en los últimos tres años, no ha sido denunciada por autoridades gubernamentales/judiciales u otras organizaciones de la sociedad civil por irregularidades en sus procesos, servicios o productos.		
4.9.	Aplica estrategias comerciales que son producto del análisis de la información pública de los mercados competitivos y no una consecuencia de acciones de espionaje o incitación a la obtención de información confidencial de los competidores.		
4.10.	Evita en su reclutamiento y selección de personal, la invitación directa de empleados de la competencia que los beneficie proporcionándoles información confidencial.		
4.11.	Utiliza mecanismos para informar a los superiores sobre toda comisión, obsequio, etc. recibido u ofrecido por parte de terceros en relación a la actividad empresarial.		

## Indicador 5 – Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés (Stakeholders<sup>3</sup>)

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

<p>Está consciente de la importancia del diálogo y del compromiso de los grupos de interés para el éxito del negocio y conoce los dilemas específicos y atributos de sus grupos de interés (empleados, clientes y consumidores, accionistas o inversionistas) y establece canales de diálogo para mantener esas relaciones.</p>	<p>Conoce los dilemas específicos y atributos relacionados a todos los grupos de interés por medio de mapeo periódico y establece mecanismos de diálogo e involucramiento de los grupos de interés para remediar impactos socio-ambientales ocasionados por sus actividades por medio de equipos preparados para adoptar planes de contingencia necesarios.</p>	<p>Además de priorizar el involucramiento y el diálogo constante con sus grupos de interés, adopta una estrategia de gestión de la información y conocimiento para “interiorizar los impactos socio-ambientales” negativos ocasionados por sus actividades como base para la redefinición de políticas, procesos de gestión o producción.</p>	<p>Por medio de utilización de herramientas y políticas específicas, dialoga e involucra a los grupos de interés en forma estructurada en reflexiones previas sobre sus actividades, procesos y acciones para prevenir, minimizar o eliminar los impactos socio-ambientales negativos que podrá ocasionar la organización. Además de eso, una tercera parte audita el proceso de diálogo y compromiso.</p>
<p><input type="checkbox"/> ETAPA 1</p>	<p><input type="checkbox"/> ETAPA 2</p>	<p><input type="checkbox"/> ETAPA 3</p>	<p><input type="checkbox"/> ETAPA 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		Sí	No
5.1.	Se comunica con sus stakeholders o grupos de interés para que comenten o critiquen la naturaleza de sus procesos, productos o servicios.		
5.2.	Tiene políticas y/o procedimientos de relaciones para responder prontamente a cualquier sugerencia, reclamo o demanda de sus grupos de interés (stakeholders).		
5.3.	Cuenta con indicadores de desempeño para monitorear las relaciones derivadas de su proceso de diálogo e involucramiento de los grupos de interés (stakeholders).		
5.4.	Tiene políticas para que los indicadores/datos/informaciones surgidos del proceso de diálogo y compromiso de los grupos de interés (stakeholders) sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles para sus grupos de interés.		

## Indicador 6 – Balance Social / Memoria de RSE /Reporte de Sostenibilidad<sup>4</sup>

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

Elabora sin regularidad definida el reporte de sostenibilidad con informaciones sobre sus acciones sociales y ambientales.	Elabora anualmente el reporte de sostenibilidad, que describe sus acciones sociales y ambientales, incorporando aspectos cuantitativos.	Produce con amplio involucramiento interno el reporte de sostenibilidad fácilmente accesible, que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, con tan solo resultados favorables.	Elabora un reporte de sostenibilidad con involucramiento de los grupos de interés externos, que integra las dimensiones sociales, ambientales y económicas de sus actividades e incluye resultados desfavorables y los respectivos desafíos, con metas para el próximo periodo.
<b>ETAPA 1</b>	<b>ETAPA 2</b>	<b>ETAPA 3</b>	<b>ETAPA 4</b>
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		Sí	No
6.1.	Permite que su información sobre la situación económico-financiera de sus actividades sean auditadas por terceros.		
6.2.	Permite que su información sobre aspectos sociales y ambientales de sus actividades sean auditadas por terceros.		
6.3.	En su proceso de elaboración del reporte de sostenibilidad, involucra a por lo menos cuatro de los siguientes stakeholders: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general.		
6.4.	Incorpora en el reporte de sostenibilidad, críticas, sugerencias y testimonios de grupos de interés (stakeholders).		
6.5.	Al publicar información de su desempeño sobre aspectos sociales y ambientales, incluye datos desfavorables y discute estas cuestiones.		
6.6.	Emplea en su planificación estratégica, los datos recolectados y utilizados para la publicación de sus actividades sociales y ambientales.		

Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
6.7. Grupos de interés (público interno, proveedores, comunidad, gobierno y sociedad, etc.) involucrados en la elaboración del reporte de sostenibilidad.			



## PÚBLICO INTERNO

### **Diálogo y participación**

- Indicador 7 – Relaciones con sindicatos u otras asociaciones de empleados
- Indicador 8 – Gestión participativa

### **Respeto al individuo**

- Indicador 9 – Compromiso con el Futuro de los niños
- Indicador 10 – Compromiso con el Futuro de los infantiles
- Indicador 11 – Valoración de la Diversidad y promoción de la no discriminación
- Indicador 12 – Compromiso con la equidad racial
- Indicador 13 – Compromiso con la promoción de la equidad de género
- Indicador 14 – Relaciones con colaboradores tercerizados

### **Trabajo Decente**

- Indicador 15 – Política de remuneración, prestaciones y carrera
- Indicador 16 – Cuidados de salud, seguridad y condiciones laborales
- Indicador 17 – Compromiso con el Desarrollo Profesional y Empleabilidad
- Indicador 18 – Conducta frente a despidos
- Indicador 19 – preparación para la Jubilación

## Diálogo y participación

### Indicador 7 – Relaciones con Sindicatos u Otras Asociaciones de Empleados

Respecto a la participación de empleados en sindicatos y/o en otras asociaciones de empleados en la relación con sus representantes<sup>5</sup>, la empresa:

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

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		Sí	No
7.1.	Posee políticas que permiten la libertad de asociación de sus empleados.		
7.2.	Permite reuniones de la asociación en horarios de trabajo para facilitar su actividad gremial.		
7.3.	Pone a disposición de los empleados informaciones básicas sobre sus derechos y deberes, tales como pacto salarial, etc.		
7.4.	Provee información que afecte a sus empleados, para que las asociaciones de empleados y los mismos empleados la utilicen en una discusión con la empresa.		

## Indicador 8 – Gestión Participativa

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

<p>Pone a disposición información sobre la empresa (historial, misión, visión, políticas, organigrama, mercados, principales aliados, clientes etc.) y capacita (en la admisión, en programas de integración, entrenamiento sobre nuevos productos y servicios, seminarios y conferencias sobre nuevas políticas y estrategias etc.) a los empleados para que puedan comprenderlas y analizarlas.</p>	<p>Además de eso, pone a disposición de los empleados informaciones económico-financieras.</p>	<p>Además de lo expuesto en las dos etapas anteriores, tiene un proceso estructurado de discusión y análisis de las informaciones económico-financieras con sus empleados, con el objetivo de prepararlos para que ayuden al comité de gestión o en las decisiones estratégicas, presentando informaciones importantes para la gestión de riesgos y oportunidades.</p>	<p>Los representantes de los empleados participan activamente en los comités de gestión o en las decisiones estratégicas y tienen comunicación regular con los miembros del gobierno corporativo.</p>
<p>ETAPA 1</p>	<p>ETAPA 2</p>	<p>ETAPA 3</p>	<p>ETAPA 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		Sí	No
8.1.	Respeto y no interfiere en la elección de los integrantes de sus comisiones/asociaciones de empleados.		
8.2.	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.	Posee programas para estimular y recopilar sugerencias de los empleados para mejorar los procesos internos.		
8.4.	Posee programas de evaluación de sus recursos humanos a todo nivel.		
8.5.	Mantiene una política que exige relaciones de trabajo fundamentadas sobre comunicación clara y transparente a todo nivel.		

## Respeto al individuo

### Indicador 9 - Compromiso con el Futuro de los Niños<sup>6</sup>

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

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

### Informaciones Adicionales Locales

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 la contratación de pasantes.		
9.3.	Ofrece a sus pasantes buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal, con el debido acompañamiento, evaluación y orientación.		
9.4.	Al cerrar el periodo correspondiente al programa de aprendizaje, busca emplear a los pasantes en la propia empresa y en caso de imposibilidad, les ofrece oportunidades en empresas u organizaciones aliadas.		

Informaciones Cuantitativas Locales		2009	2010	2011
9.5.	Número de menores aprendices en la empresa.			
9.6.	Número de menores pasantes en la empresa.			
9.7.	Número de aprendices contratados después del término del periodo de aprendizaje.			
9.8.	Número de pasantes contratados después del término del periodo de aprendizaje.			



## Indicador 10 – Compromiso con el desarrollo infantil

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

<p>Sigue la legislación vigente de protección a la maternidad (y paternidad, sí aplicable)<sup>7</sup> lactancia y guardería y prohíbe formalmente cualquier tipo de discriminación a la mujer embarazada y a empleados (hombres y mujeres) con hijos menores de seis años de edad en procesos de admisión, de promoción o de movilidad interna.</p>	<p>Adopta políticas y/o iniciativas internas para facilitar la consulta prenatal y el acompañamiento de la niñez de los hijos de sus empleados, por medio de orientación médica, nutricional y psicológica específica, y en el desarrollo de las competencias en la supervivencia, desarrollo, participación y protección<sup>8</sup> de los niños.</p>	<p>Considera que el éxito de esas políticas y/o iniciativas supone la formación educacional de los padres y su condición de vida, integra esa discusión a sus acciones para el desarrollo personal y profesional de sus empleados. Además de eso, desarrolla campañas de orientación volcadas a la comunidad y extiende la discusión del tema a sus proveedores.</p>	<p>Considera la cuestión de la protección a la maternidad y a la niñez como un derecho y contribución fundamental al desarrollo de las generaciones presentes y futuras. Se involucra en la elaboración, perfeccionamiento, ejecución, control o evaluación de políticas públicas volcadas a la promoción de los derechos de la infancia.</p>
<p>ETAPA 1</p>	<p>ETAPA 2</p>	<p>ETAPA 3</p>	<p>ETAPA 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
10.1. Ofrece programa de orientación sobre el desarrollo integral del niño por medio del fortalecimiento de las competencias familiares (cuidados con el nacimiento, alimentación sana, prevención de enfermedades, protección a la integridad del niño, estímulo al desarrollo cognitivo y emocional de los hijos).		
10.2. Acompaña en forma periódica la vacunación, crecimiento y desarrollo de los hijos de los empleados, solicitando y verificando el Certificado de Vacunación del Niño del Ministerio de la Salud.		
10.3. Acompaña la inclusión de los hijos de los empleados en la escuela (por medio de solicitud de comprobantes de matrícula, particularmente de los niños con discapacidad).		
10.4. Tiene una política específica para los empleados, padres o responsables de niños con discapacidad que les garantice participar en el desarrollo de los hijos en forma adecuada.		
10.5. Ofrece un plan de salud familiar para sus empleados de todos los niveles jerárquicos.		
10.6. Ofrece guardería, conforme a la ley, en el lugar de trabajo o de la red convenida, para sus empleados de todos los niveles jerárquicos.		
10.7. Ofrece flexibilidad en los horarios para empleados de todos los niveles jerárquicos que tengan hijos menores de 6 años.		
10.8. Ofrece ayuda para la educación de los hijos de sus empleados de todos los niveles jerárquicos.		
10.9. Además de cumplir con las leyes relacionadas a la protección de la maternidad, paternidad, lactancia y guardería, prohíbe formalmente cualquier tipo de discriminación hacia las mujeres embarazadas y a empleados con hijos menores de 6 años.		
10.10. Otorga beneficios adicionales a los establecidos por la ley en los casos de embarazo.		
10.11. Ofrece jornadas de trabajo flexible para el personal que requiera compatibilizar el trabajo con el cuidado de sus hijos.		
10.12. Ofrece flexibilidad de horario para asuntos particulares de sus empleados (eventos de los hijos, emergencias, estudios, etc.)		

Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
10.13. Porcentaje de hijos de empleados matriculados en centros de educación infantil – guardería (0 a 3 años)			
10.14. Porcentaje de hijos discapacitados de empleados matriculados en centros de educación infantil – guardería (0 a 3 años)			
10.15. Porcentaje de hijos discapacitados de empleados matriculados en centros de educación infantil – jardín de niños (4 y 5 años)			
10.16. Porcentaje de hijos de empleados al día con la vacunación para su edad.			
10.17. Total de empleados responsables (padres o no) de niños de 0 a 5 años de edad.			
10.18. Total de empleadas responsables (madres o no) de niños de 0 a 5 años de edad.			
10.19. Total de empleadas cuyo último hijo recibió amamantación exclusiva hasta los 4 meses de edad.			
10.20. Total de empleadas que tuvieron horario flexible para amamantar al hijo hasta 6 meses de edad.			
10.21. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de mujeres empleadas.			
10.22. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de mujeres empleadas con menos de cuatro años de escolaridad.			
10.23. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de empleados hombres.			
10.24. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de empleados hombres con menos de cuatro años de escolaridad.			
10.25. Total de dependientes menores de 1 año de edad.			
10.26. Total de mujeres embarazadas empleadas (o dependientes de empleados).			
10.27. Total de mujeres embarazadas empleadas (o dependientes de empleados) en acompañamiento prenatal.			
10.28. Total de dependientes de 4 y 5 años de edad.			
10.29. Total de dependientes de 4 y 5 años de edad matriculados en jardín de niños.			

## Indicador 11 – Valoración de la Diversidad

Por reconocer la obligación ética de las empresas de combatir todas las formas de discriminación y de valorar las oportunidades que ofrece la riqueza de la diversidad de nuestra sociedad, la empresa:

<p>Sigue rigurosamente la legislación relacionada a la discriminación y se declara contra comportamientos discriminatorios que no promuevan igualdad de oportunidades en el ambiente interno y en la relación con sus clientes, proveedores y comunidad de entorno.</p>	<p>Además de eso, promueve la diversidad por medio de normas escritas que prohíben prácticas discriminatorias negativas, regulando los procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna, orientando sobre la marcha de posibles denuncias.</p>	<p>Además de poseer normas escritas y canales para posibles denuncias contra prácticas discriminatorias, realiza entrenamiento específico sobre el tema y utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas y establecer estrategias de reclutamiento y promoción.</p>	<p>Extiende esas acciones a toda la cadena productiva y participa en foros de valoración de segmentos en desventaja</p>
<p><b>ETAPA 1</b></p>	<p><b>ETAPA 2</b></p>	<p><b>ETAPA 3</b></p>	<p><b>ETAPA 4</b></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		Sí	No
11.1.	Hace referencia a su política de valoración de la diversidad y no discriminación.		
11.2.	Incluye requisitos para monitorear la diversidad y posibles desigualdades, entre otras situaciones.		
11.3.	En su política de valoración de la diversidad y no discriminación, tiene procedimientos formales para procesos de selección, admisión, promoción, movilidad interna y despido.		
11.4.	En esa política, prevé claramente los mecanismos y canales formales para denuncia, seguimiento, análisis y averiguación de los hechos que involucren posibles casos de discriminación.		
11.5.	Desarrolla campañas de sensibilización entre colaboradores sobre la importancia de la diversidad en la fuerza de trabajo.		
11.6.	Frente a la eliminación de la tercerización, incorporó a sus empleados tercerizados a su nómina de trabajadores sin despidos ni discriminación alguna.		

Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
11.7. Porcentaje de personas con discapacidad en la empresa.			
11.8. Salario promedio mensual de personas con discapacidad.			
11.9. Porcentaje de personas con edad superior a 45 años.			

## Indicador 12 – Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial

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

<p>Sigue rigurosamente la legislación vigente que prohíbe la discriminación racial o étnica y las formas conexas de intolerancia en el mundo laboral y asume internamente una postura contraria a cualquier tipo de prejuicio respecto a todos los grupos de interés.</p>	<p>Realiza un censo interno periódico para evaluar sus procesos y políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación a la equidad racial. Utiliza esas informaciones para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación, rever procesos y políticas, etc.</p>	<p>Asume el compromiso público de promover la equidad racial, expresada por medio de políticas formales de gestión de personas que prioricen la equidad y realización de acciones afirmativas como garantía de oportunidades iguales en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna.</p>	<p>Además de mantener programas de desarrollo profesional, coaching y/o mentoring volcados a empleados de diferentes orígenes raciales o étnicos, estimula la promoción de la igualdad racial en toda su cadena productiva e invierte en programas.</p>
<p>ETAPA 1</p>	<p>ETAPA 2</p>	<p>ETAPA 3</p>	<p>ETAPA 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
12.1. Lleva un registro de sus empleados de acuerdo con la raza o etnia a la que pertenecen.		
12.2. Da oportunidades laborales a personas de raza afroecuatoriana.		
12.3. Da oportunidades laborales a personas de raza indígena.		
12.4. Desarrolla campañas de sensibilización entre colaboradores sobre la importancia de la equidad racial.		

Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
12.5. Porcentaje de empleados afroecuatorianos (hombres y mujeres) en relación al total de los empleados.			
12.6. Porcentaje de empleados indígenas (hombres y mujeres) en relación al total de los empleados.			

## Indicador 13 – Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género

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

<p>Sigue rigurosamente la Constitución del país que prohíbe la discriminación en el mundo laboral y asume internamente una postura contraria a cualquier tipo de prejuicio respecto a todos los grupos de interés.</p>	<p>Realiza un censo interno periódico para evaluar sus procesos, políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas con relación a la equidad de género. Utiliza esa información para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación etc.</p>	<p>Asume un compromiso público de promover la equidad de género, expresada por políticas formales de gestión de personas que garanticen oportunidades iguales para mujeres y hombres en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna. Realiza acciones afirmativas para garantizar oportunidades iguales de carrera y crecimiento de mujeres y hombres que trabajan en la empresa.</p>	<p>Además de mantener programas de desarrollo profesional, coaching y/o mentoring específicos para mujeres con el afán de estimular la formación de liderazgos femeninos en la empresa, se esfuerza para que la actitud de promover la equidad de género se replique en toda su cadena productiva e invierte en programas de valoración de la mujer.</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
13.1. Tiene una política de promoción de la equidad de género formal.		
13.2. Tiene una política de valorización de la diversidad y de no discriminación que cuenta con procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover a las mujeres.		
13.3. Tiene una política que prohíbe expresamente la contratación, despido o la promoción basados en el estado civil o condición reproductiva.		
13.4. Cuenta con una política de comunicación comercial que tiene como premisa no utilizar la figura femenina estereotipada, que llegue a agredir la dignidad de las mujeres.		
13.5. Ofrece las mismas condiciones en los procesos de selección a candidatas mujeres y a candidatos hombres que tienen antecedentes profesionales similares.		

<b>Informaciones Cuantitativas Locales</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
13.6. Porcentaje de mujeres en relación al total de empleados.			
13.7. Porcentaje de mujeres en cargos ejecutivos en relación al total de cargos disponibles.			
13.8. Porcentaje de mujeres en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos disponibles.			
13.9. Salario promedio mensual de mujeres en cargos ejecutivos.			
13.10. Salario promedio mensual de hombres en cargos ejecutivos.			
13.11. Salario promedio mensual de hombres en cargos de coordinación y jefatura.			
13.12. Salario promedio mensual de mujeres en cargos de coordinación y jefatura.			

## Indicador 14 - Relaciones con Trabajadores Tercerizados/Subcontratados

En sus relaciones con trabajadores tercerizados/ subcontratados y/o con los proveedores de esos servicios, la empresa:

**NO APLICABLE EN ECUADOR**

## Trabajo Decente

### Indicador 15 – Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera

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

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

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		Sí	No
15.1.	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, en especie, incluyendo el reparto de utilidades y programa de bonos).		
15.2.	Realizó en los últimos dos años, un aumento del menor salario de la empresa en relación al salario mínimo vigente.		
15.3.	Realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones.		
15.4.	Tiene un componente de participación en los resultados.		
15.5.	Cuenta con un manual de cargos y salarios.		
15.6.	Realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los empleados.		
15.7.	Realiza evaluaciones de desempeño en las cuales los superiores son evaluados por sus subordinados.		
15.8.	Realiza encuestas o procesos internos para monitorear posibles desigualdades.		

Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
15.9. División del menor salario de la empresa por el salario mínimo vigente.			
15.10. División del mayor salario de la empresa por el menor salario de la empresa.			

Respecto al programa de reparto de utilidades en los resultados de la empresa:

Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
15.11. Porcentaje de los valores repartidos en relación a la masa salarial.			
15.12. Porcentaje de empleados beneficiados.			

Respecto al programa de bonificación de la empresa:

Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
15.13. Porcentaje de los valores repartidos en relación a la masa salarial.			
15.14. Porcentaje de empleados beneficiados.			
15.15. Porcentaje de acciones de la empresa en poder de los empleados.			



## Indicador 16 – Cuidados de Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo

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

<p>Cumple rigurosamente las obligaciones legales y tiene planes y metas para alcanzar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.</p>	<p>Posee indicadores para monitorear los planes y metas para superar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.</p>	<p>Además de eso, desarrolla campañas regulares de concientización e investiga el nivel de satisfacción de los empleados con relación al tema, evidenciando áreas críticas.</p>	<p>Además de desarrollar campañas y realizar encuestas, define las metas e indicadores de desempeño relacionados a condiciones de trabajo, salud y seguridad con la participación de los empleados, y los incluye en la planificación estratégica, divulgándolos ampliamente.</p>
<div style="background-color: #555; color: white; padding: 2px 5px; display: inline-block;">ETAPA 1</div> <div style="width: 20px; height: 10px; background-color: white; border: 1px solid black; margin-left: 5px;"></div>	<div style="background-color: #555; color: white; padding: 2px 5px; display: inline-block;">ETAPA 2</div> <div style="width: 20px; height: 10px; background-color: white; border: 1px solid black; margin-left: 5px;"></div>	<div style="background-color: #555; color: white; padding: 2px 5px; display: inline-block;">ETAPA 3</div> <div style="width: 20px; height: 10px; background-color: white; border: 1px solid black; margin-left: 5px;"></div>	<div style="background-color: #555; color: white; padding: 2px 5px; display: inline-block;">ETAPA 4</div> <div style="width: 20px; height: 10px; background-color: white; border: 1px solid black; margin-left: 5px;"></div>
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
16.1. Ha sido avalada por las normas SA8000, OHSAS 18000 o por norma equivalente.		
16.2. Capacita anualmente en salud y seguridad.		
16.3. Ofrece beneficios adicionales en el área de la salud para los colaboradores y/o sus familiares.		
16.4. Prevé en el presupuesto anual un monto destinado a la prevención de salud y seguridad.		
16.5. Ofrece un programa de prevención y tratamiento para drogadicción y adicción al alcohol.		
16.6. Ofrece un programa específico para portadores de VIH/SIDA.		
16.7. Posee una política expresa de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos.		
16.8. Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral que sean divulgados y debidamente amparados por una estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos.		
16.9. Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual que sean divulgados y debidamente amparados por una estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos.		
16.10. Promueve ejercicios físicos en el horario de trabajo.		
16.11. Cuenta con áreas de esparcimiento y distracción para empleados.		
16.12. Posee programas deportivos o de recreación patrocinados por la empresa.		
16.13. Desarrolla políticas que faciliten el equilibrio trabajo-familia entre sus empleados.		
16.14. Monitorea la carga de trabajo de sus empleados con el objetivo de mejorar su distribución.		

<b>La empresa:</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
16.15. Utiliza sistemas de trabajo flexible para acomodarse a las diversas necesidades de su personal.		
16.16. Posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.		
16.17. Promueve un programa de combate al estrés para los empleados.		
16.18. Posee un programa de orientación alimenticia y/o nutricional.		

<b>Informaciones Cuantitativas Locales</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
16.19. Promedio de horas extras por empleado/año.			
16.20. Promedio de accidentes laborales por empleado/año.			
16.21. Porcentaje de los accidentes que resultaron en retiro temporal de empleados y/o de prestadores de servicio.			
16.22. Porcentaje de los accidentes que resultaron en muerte de empleados y/o de prestadores de servicio.			

## Indicador 17 – Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad

Para desarrollar sus recursos humanos, la empresa:

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

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		Sí	No
17.1.	Analiza periódicamente el perfil socioeconómico de sus empleados para ajustar sus estrategias de remuneración y prestaciones y de educación y desarrollo profesional.		
17.2.	Mantiene un programa de erradicación del analfabetismo (absoluto y/o funcional), educación básica o enseñanza secundaria entre sus empleados, con metas y recursos definidos.		
17.3.	Posee un programa de mapeo para identificación de competencias potenciales por desarrollarse.		
17.4.	Posee programas de consejería sobre la planificación de carreras con el afán de ayudar a los empleados a reflexionar sobre sus funciones e identificación de objetivos a largo plazo.		
17.5.	Prevé en el presupuesto anual un monto destinado a la capacitación de sus empleados.		
17.6.	Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas relacionadas a la empresa.		

Informaciones Cuantitativas Locales		2009	2010	2011
17.7.	Cantidad de horas de desarrollo profesional por empleado/año.			
17.8.	Porcentaje de facturación bruta que se gasta en desarrollo profesional y educación.			
17.9.	Número total de analfabetos en la fuerza de trabajo.			
17.10.	Porcentaje de mujeres analfabetas en la fuerza de trabajo.			
17.11.	Porcentaje de mujeres con bachillerato completo en la fuerza de trabajo.			
17.12.	Porcentaje de mujeres con enseñanza superior completa en la fuerza de trabajo.			
17.13.	Porcentaje de hombres analfabetos en la fuerza de trabajo.			
17.14.	Porcentaje de hombres con bachillerato completo en la fuerza de trabajo.			
17.15.	Porcentaje de hombres con enseñanza superior completa en la fuerza de trabajo.			

## Indicador 18 – Conducta Frente a Despidos

Para conducir procesos de despidos, la empresa:

<p>Sigue rigurosamente las legislaciones en vigor y provee al empleado despedido orientaciones sobre procedimientos necesarios. En el caso de necesidad de reducción de personal, procura analizar alternativas de contención (Ej.: busca en otras empresas la posibilidad de transferencia temporal de su excedente de empleados; reducción de carga horaria etc.) y reducción de gastos para evitar el despido en masa.</p>	<p>Adopta políticas y procesos de despido que permiten que se tomen decisiones basadas en evaluaciones por competencia técnica, psicológica y de conducta y que garantizan la impersonalidad de la decisión y permite el acceso a las informaciones que nortearon el proceso, para propiciar el crecimiento profesional de la(s) persona(s) despedida(s). Además de eso, en el caso de despido en masa, analiza indicadores socioeconómicos (edad, estado civil, número de dependientes etc.) para orientar las prioridades.</p>	<p>Ofrece servicios de recolocación y manutención de prestaciones por tiempo determinado al empleado despedido sin justa causa. En el caso de necesidad de despido en masa, realiza previamente un programa de dimisión voluntaria que mantiene las prestaciones por tiempo determinado, salario por antigüedad etc.</p>	<p>Además de eso, financia la recapacitación (mentoring, coaching etc.) de los empleados despedidos sin justa causa.</p>
<p><b>ETAPA 1</b> <input type="checkbox"/></p>	<p><b>ETAPA 2</b> <input type="checkbox"/></p>	<p><b>ETAPA 3</b> <input type="checkbox"/></p>	<p><b>ETAPA 4</b> <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		Sí	No
18.1.	Acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene una política para minimización y mejoría de ese indicador.		
18.2.	Busca establecer un diálogo estructurado con instancias del gobierno local, especialistas, ONGs y asociaciones de empleados para conocer, entender, prever y reducir el impacto de un posible cierre de unidades de negocios o plantas, o de la eventual necesidad de corte de personal.		
18.3.	Considera la situación social del empleado al momento de su despido.		
18.4.	Se caracteriza por no tener reclamos laborales relacionados a despidos en los últimos tres años.		

Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
18.5. Número de empleados al final del periodo.			
18.6. Total de demandas laborales al final del periodo.			
18.7. Número total de despidos en el periodo.			
18.8. Número total de admisiones en el periodo.			

## Indicador 19 – Preparación para Jubilación

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

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

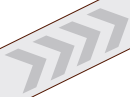
### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
19.1. Ofrece un programa de jubilación complementaria a todos sus empleados.		
19.2. Involucra a los familiares de los empleados en el proceso de preparación para la jubilación.		

Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
19.3. Número de empleados que participaron en el programa de preparación para jubilación.			
19.4. Número de liderazgos y jefaturas entrenadas sobre la cuestión del impacto emocional de la jubilación e importancia de la preparación del empleado.			



## **MEDIO AMBIENTE**



### **Trabajo Decente**

Indicador 20 – Compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental

Indicador 21 – Educación y Concientización Ambiental

### **Gerenciamiento del Impacto Ambiental**

Indicador 22 – Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios

Indicador 23 – Sustentabilidad de la Economía Forestal

Indicador 24 – Minimización de Entradas y Salidas de Insumos

# Responsabilidad Con Las Generaciones Futuras

## Indicador 20 – Compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental

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

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

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
20.1. Cumple todas las leyes ambientales nacionales.		
20.2. Cumple todas las ordenanzas municipales que le aplican a su sector o industria.		
20.3. Tiene una política ambiental formal que es conocida por los empleados.		
20.4. Tiene una persona responsable por el área de medio ambiente que participa en sus decisiones estratégicas.		
20.5. Participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad.		
20.6. Tiene procesos para mapeo y análisis sistémico de mejora continua en lo relacionado a su gestión / desempeño ambiental.		
20.7. Cuenta con una política ambiental definida e implementada por la empresa.		
20.8. Posee políticas, programas y procesos específicos de conservación ambiental para actuar en áreas protegidas o ambientalmente sensibles.		
20.9. Tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de la explotación ilegal de recursos naturales.		
20.10. Publica informes que revelan su desempeño ambiental.		



## Indicador 21 – Educación y Concientización Ambiental

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

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

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		Sí	No
21.1.	Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de reducción del consumo de agua y de energía.		
21.2.	Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de educación con base en los 3Rs.		
21.3.	Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de educación para el consumo responsable.		
21.4.	Entrega a sus consumidores información detallada sobre posibles impactos ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos y servicios.		
21.5.	En su administración y operación, posee metas y objetivos ambientales.		
21.6.	Tiene participación en programas de educación y formación ambiental.		
21.7.	Desarrolla campañas de concientización ecológica en comunidades cercanas.		
21.8.	Realiza campañas internas de concientización ambiental en todas las áreas de la empresa.		

# Gerenciamiento del Impacto Ambiental

## Indicador 22 – Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios

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

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

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
22.1. Posee un plan de contingencia ambiental que relaciona todos sus procesos y productos o servicios que involucren situaciones de riesgo, y entrena a sus empleados regularmente para enfrentar tales situaciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.2. Posee una política y un sistema de monitoreo con el objetivo de aumentar la calidad ambiental de la logística y gestión de la flota (tanto para vehículos de la empresa como de sus contratados).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.3. Posee un programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, para la recolección de materiales tóxicos y/o reciclados postconsumo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.4. Provee a sus consumidores y clientes información detallada sobre daños ambientales resultantes del uso y de la disposición final de sus productos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.5. Registra incidentes, denuncias y/o multas por violación de las normas de protección ambiental.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.6. Discute con empleados, consumidores, clientes, proveedores y la comunidad los impactos ambientales causados por sus procesos, productos o servicios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.7. Realiza o ha realizado estudios para medir el impacto ambiental de sus procesos, productos o servicios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.8. Ha invertido en tecnología para reducir y sustituir insumos cuya extracción o uso generen daño ambiental.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.9. Busca dentro de su tecnología actual, reducir el consumo de energía agua, productos tóxicos y materias primas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.10. Dispone de procesos de capacitación en temas medioambientales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>La empresa:</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
22.11. Comercializa productos amigables con el ambiente y resalta sus cualidades al venderlos.		
22.12. Toma acciones para prevenir riesgos económicos, sociales o ambientales debidos al cambio climático.		
22.13. Tiene operaciones sobre espacios naturales protegidos o dentro de áreas de alta biodiversidad.		
22.14. Ha realizado un inventario del espacio natural donde realiza sus actividades.		
22.15. Monitorea los impactos sobre biodiversidad provocados por sus operaciones.		
22.16. Conoce las fuentes de donde proviene el agua que utiliza.		
22.17. Asegura que los vehículos propios y de terceros a su servicio cuenten con el permiso de circulación emitido por la Corpaire para control de la polución.		

<b>Informaciones Cuantitativas Locales</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
22.17. Promedio de cantidad de incidentes, actuaciones y/o multas por violación de las normas de protección ambiental.			
22.18. Total del pasivo ambiental al final del periodo.			

## Indicador 23 – Sustentabilidad de la Economía Forestal

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

<p>Reconoce la importancia de la verificación del origen de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales<sup>9</sup> utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo. No adopta política interna o programa específico.</p>	<p>Mantiene política o programa específico para verificación del origen y de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo.</p>	<p>Los insumos madereros y forestales utilizados en la operación diaria y/o proceso productivo tienen certificación de origen y de la cadena de valor<sup>10</sup>.</p>	<p>Los insumos madereros y forestales utilizados en las instalaciones y/o productos de la empresa tienen certificación de origen y de la cadena de valor.</p>
<p>ETAPA 1</p>	<p>ETAPA 2</p>	<p>ETAPA 3</p>	<p>ETAPA 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.      <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		Sí	No
23.1.	Realiza visitas programadas o eventualmente no programadas para realizar el monitoreo del origen o cadena de producción de los insumos directos e indirectos madereros y forestales que utiliza.		
23.2.	Prioriza y apoya a los proveedores comprometidos con la sustentabilidad de los bosques.		

Informaciones Cuantitativas Locales		2009	2010	2011
23.3.	Total de visitas programadas o no programadas realizadas para monitoreo del origen o cadena de valor.			
23.4.	Cantidades de productos forestales con origen verificado utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo.			
23.5.	Cantidades de productos de origen forestal utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo con cadena productiva certificada.			

## Indicador 24 – Minimización de Entradas y Salidas de Insumos

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

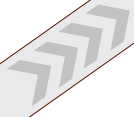
Busca reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas e implanta procesos de destino adecuados de residuos, sin alterar su estándar tecnológico actual.	Invierte en la actualización de su estándar tecnológico, con vistas a reducir y/o sustituir recursos de entrada y la reutilización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

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
24.1. Tiene iniciativas para el uso de fuentes de energía renovables.		
24.2. Mantiene acciones de control de la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a su servicio.		
24.3. Promueve el reciclado de insumos y otros productos.		
24.4. Optimiza el tamaño de sus empaques en función de reducir el impacto ambiental de éstos.		
24.5. Tiene establecido un sistema de retorno de envases, embalajes, productos obsoletos, etc, generados por la propia empresa.		
24.6. Dispone de mecanismos tendientes al uso de combustibles / energías menos contaminantes.		
24.7. Tiene una política de monitoreo para la reducción del consumo de energía eléctrica.		
24.8. Tiene una política de monitoreo para la reducción del consumo de agua.		
24.9. Tiene una política de monitoreo para la reducción de generación de residuos sólidos (basura, desechos, escombros, etc.).		
24.10. Tiene una política de monitoreo para la reducción de los desperdicios de materiales de oficina.		
24.11. Tiene una política de monitoreo para la reducción de emisión de CO2 y otros gases de efecto invernadero en la atmósfera.		

Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
24.12. Total invertido en programas y proyectos de mejora ambiental.			
24.13. Porcentaje de la facturación bruta destinado a programas y proyectos de mejora ambiental.			
24.14. Consumo anual de energía (en Kwh.) de acuerdo con la cartilla de la EEQ.			
24.15. Consumo anual de agua (en m3) de acuerdo con la cartilla de la EMAP.			
24.16. Volumen promedio anual de CO2 y otros gases de efecto invernadero emitidos en la atmósfera (en toneladas).			
24.17. Cantidad anual (en toneladas) de residuos sólidos generados (basura, desechos, escombros, etc.).			
24.18. Consumo anual de Gasolina/diesel (en litros).			
24.19. Consumo anual de Aceite combustible (en toneladas).			
24.20. Consumo anual de Gas – GLP/GN (en m3).			

# PROVEEDORES



## **Selección, Evaluación y Alianza Con Proveedores**

- Indicador 25 – Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores
- Indicador 26 – Trabajo Infantil en la Cadena Productiva[11]
- Indicador 27 – Trabajo Forzado en la Cadena Productiva[12]
- Indicador 28 – Apoyo al Desarrollo de Proveedores

# Selección, Evaluación y Alianza Con Proveedores

## Indicador 25 – Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

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

<p>Adopta políticas de selección y evaluación de proveedores y aliados conocidas por los grupos de interés y basadas sólo en factores como calidad, precio y plazo.</p>	<p>Tiene normas conocidas de selección y evaluación de proveedores que contemplan criterios y exigencias relativas al cumplimiento de la legislación laboral, de la seguridad social y fiscal.</p>	<p>Además de criterios básicos de respeto a la legislación, sus normas de selección y evaluación de proveedores incluyen criterios específicos de responsabilidad social, como prohibición del trabajo infantil, relaciones de trabajo adecuadas y adopción de estándares ambientales.</p>	<p>Además de los criterios descritos anteriormente, estimula y recoge evidencias de que sus proveedores reproducen sus exigencias respecto a la responsabilidad social para sus respectivos proveedores, y monitorean esos criterios periódicamente.</p>
<p>ETAPA 1</p>	<p>ETAPA 2</p>	<p>ETAPA 3</p>	<p>ETAPA 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
25.1. Posee normas explícitas que exigen que los proveedores cumplan con la ley.		
25.2. Posee normas explícitas que exigen que los proveedores cumplan con regulaciones ambientales.		
25.3. Posee normas explícitas que exigen que los proveedores no incurran en ningún tipo de competencia desleal.		
25.4. Incluye políticas explícitas y criterios para las relaciones con los proveedores.		
25.5. Al seleccionar proveedores (o desarrollar nuevos proveedores), incluye como criterio la práctica efectiva de procesos éticos de gestión de las informaciones de carácter privado obtenidas en sus relaciones con clientes o con el mercado en general.		
25.6. Adopta una política explícita o programa específico de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores.		
25.7. Ha cancelado ó cancelaría contratos con proveedores que tengan conductas no éticas.		
25.8. Rechazaría contratos por considerar que los mismos ó las empresas contratantes podrían ser éticamente incorrectos.		
25.9. Da prioridad a los proveedores que poseen prácticas de responsabilidad social empresarial.		
25.10. Da preferencia a proveedores que tienen criterios de responsabilidad social empresarial con sus proveedores (sub-proveedores de la empresa).		



Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
25.11. Porcentaje del total de proveedores que han recibido visita de inspección de prácticas de responsabilidad social.			
25.12. Entrenamientos, cursos, conferencias o reuniones sobre prácticas de responsabilidad social ofrecidas a los proveedores.			
25.13. Total de proveedores			

## Indicador 26 – Trabajo Infantil en la Cadena Productiva<sup>[11]</sup>

En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

Posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo infantil, discute este tema con los proveedores y los estimula a cumplir la legislación.	Además de discutir este tema, posee cláusula específica relativa a la prohibición del trabajo infantil en sus contratos con los proveedores.	Además de poseer esa cláusula, verifica su cumplimiento periódicamente y realiza campañas de concientización para todos los proveedores y asume públicamente la postura de rechazo a la mano de obra infantil.	Articula programas y actividades para erradicar el trabajo infantil en forma general, asociada a organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
26.1. Tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes sobre su cadena productiva, realizando inspecciones in situ y exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra infantil.		

Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
26.2. Cantidad de actuaciones por uso de mano de obra infantil en la cadena productiva.			

## Indicador 27 – Trabajo Forzado en la Cadena Productiva<sup>[12]</sup>

En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

<p>Cumple rigurosamente la legislación y posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo forzado, y exige de los proveedores el cumplimiento de la legislación.</p>	<p>Además, verifica periódicamente el cumplimiento de la ley e incluye la prohibición del trabajo forzado como cláusula específica en sus contratos con proveedores.</p>	<p>Además de poseer en sus contratos esa cláusula, verifica su cumplimiento periódicamente y realiza campañas de concientización para todos los proveedores. Asume públicamente la postura de rechazo al trabajo forzado.</p>	<p>Articula programas y actividades que tienen el afán de erradicar el trabajo forzado en forma general, junto con los aliados de las organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.</p>
<p>ETAPA 1</p>	<p>ETAPA 2</p>	<p>ETAPA 3</p>	<p>ETAPA 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
<p>27.1. Tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes de evaluación y acompañamiento de sus proveedores, exigiendo documentación que compruebe la no existencia de mano de obra forzada.</p>		

Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
<p>27.2. Cantidad de actuaciones por uso de trabajo forzado en la cadena productiva.</p>			

## Indicador 28 – Apoyo al Desarrollo de Proveedores

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

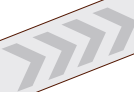
<p>Negocia con transparencia y establece relaciones contractuales con base tan sólo en criterios comerciales.</p> <p><b>ETAPA 1</b></p>	<p>Contribuye para la mejora del estándar gerencial de los proveedores, al colocar a disposición información y al promover actividades conjuntas de entrenamiento.</p>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

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
28.1. Incluye entre sus proveedores individuos o grupos de la comunidad, tales como cooperativas de pequeños productores o de iniciativas solidarias, asociaciones de barrio, etc.		
28.2. Apoya a organizaciones que practican y promueven el Comercio Justo.		
28.3. Tiene como norma el tratamiento justo a los proveedores, privilegiando el pequeño proveedor (con remuneración justa y al día, calidad en la relación, programas de calificación y de traspaso de tecnologías etc.).		
28.4. Tiene mecanismos formales que permiten transferir a la cadena de proveedores sus valores y principios.		
28.5. Posee un plan anual de consulta de satisfacción con los proveedores.		
28.6. Discute temas de responsabilidad social empresarial con sus proveedores regularmente.		
28.7. Realiza actividades con sus proveedores para que éstos conozcan, adopten y apliquen sus valores y cultura organizacional.		
28.8. Posee una política de pagos de proveedores, clara y transparente, que se conoce públicamente.		
28.9. Tiene proveedores certificados en normas como SA 8000, OHSAS 18000, ISO 9001, ISO 14001, etc.).		



## CONSUMIDORES Y CLIENTES



### **Dimensión Social del Consumo**

Indicador 29 – Política de Comunicación  
Comercial

Indicador 30 – Excelencia de la Atención

Indicador 31 – Conocimiento y Gerenciamiento  
de los Daños Potenciales de los  
Productos y Servicios

## Dimensión Social del Consumo

### Indicador 29 – Política de Comunicación Comercial

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

<p>Actúa rigurosamente de acuerdo a la legislación de defensa del consumidor. Focaliza sus estrategias de comunicación en los objetivos relacionados a volumen de ventas y resultados financieros.</p>	<p>Tiene una política formal de comunicación alineada con sus valores y principios, que abarca todo su material de comunicación, tanto interno como externo.</p>	<p>Tiene conciencia de su papel en la formación de valores y estándares de consumo y comportamiento de la sociedad y actúa en forma tal, que su comunicación posibilita la creación de valores positivos en el entorno, para contribuir al desarrollo sostenible.</p>	<p>Además de adoptar esa política de comunicación, desarrolla alianzas con proveedores, distribuidores, asistencia técnica y representantes de consumidores, para crear una cultura de responsabilidad y transparencia en la comunicación.</p>
<input type="checkbox"/> ETAPA 1	<input type="checkbox"/> ETAPA 2	<input type="checkbox"/> ETAPA 3	<input type="checkbox"/> ETAPA 4
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.			
<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
29.1. Cuenta con una política de comunicación comercial conocida por todos sus empleados.		
29.2. Actualiza cuando es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/ clientes (como rótulos, embalajes, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) para hacer más transparente la relación y más seguro el uso de sus productos o servicios.		
29.3. Tiene una política formal contra propaganda que coloque a los niños, adolescentes, indígenas, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, apremiante, de riesgo o falta de respeto.		
29.4. Realiza un análisis previo de piezas publicitarias para verificar la conformidad con sus valores y principios.		
29.5. Tiene políticas específicas para asegurar que la comunicación volcada al público infantil y juvenil sea responsable.		
29.6. Posee políticas de comunicación interna y externa alineadas a sus valores y principios éticos.		

## Indicador 30 – Excelencia de la Atención

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

<p>Posee un servicio de atención básica receptivo, ampliamente divulgado, enfocado en la información y en la solución de demandas individuales.</p>	<p>Proporciona al consumidor/cliente, fácil acceso al servicio de su interés, registra y comunica internamente sus requerimientos, resolviendo rápida e individualmente las demandas y lo orienta sobre los procedimientos adoptados.</p>	<p>Además de registrar los requerimientos y resolver rápidamente las demandas, posee procesos que incluyen la búsqueda de las causas a los problemas y la utilización de esas informaciones para perfeccionar la calidad de los productos y servicios.</p>	<p>Promueve la mejora continua de su atención, priorizando el diálogo y el compromiso de los grupos de interés en el proceso.</p>
<p>ETAPA 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ETAPA 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
30.1. Cuenta con una política y normas de relaciones con clientes y consumidores aplicada por sus empleados.		
30.2. Ofrece el Servicio de Atención al Cliente (SAC) u otra forma de atención al público especializada para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios.		
30.3. Promueve entrenamiento continuo de sus profesionales de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor.		
30.4. Adopta una política formal de protección a la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario.		
30.5. Tiene implementado un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes.		
30.6. Comparte con sus empleados la opinión de los clientes.		
30.7. Posee un proceso de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada.		
30.8. Evalúa anualmente el número de reclamos.		

Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
30.9. Total de consumidores o clientes.			
30.10. Total de llamadas recibidas por el SAC.			
30.11. Porcentaje de reclamos en relación al total de llamadas recibidas por el SAC.			
30.12. Porcentaje de reclamos no atendidas por el SAC.			
30.13. Tiempo promedio de espera en el teléfono del SAC hasta el inicio de la atención (en minutos).			
30.14. Cantidad de innovaciones implementadas a raíz del servicio de atención a consumidores/clientes.			

## Indicador 31 – Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios

Respecto al conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de sus productos y servicios<sup>13</sup>, la empresa:

<p>Realiza esporádicamente estudios e investigaciones técnicas sobre daños potenciales de sus productos y servicios para los consumidores/clientes.</p>	<p>Realiza regularmente estudios e investigaciones técnicas sobre riesgos potenciales y divulga tales informaciones para aliados comerciales, adoptando medidas preventivas o correctivas cuando se detectan riesgos de fallas. Provee informaciones detalladas sobre sus productos y servicios a sus consumidores y clientes.</p>	<p>Además de eso, obtiene por medio del diálogo constante el compromiso activo de su público interno, proveedores, distribuidores, consumidores y clientes para perfeccionar, en forma continua, sus productos y servicios, sustituyendo componentes, tecnologías y procedimientos para minimizar o evitar riesgos a la salud y a la seguridad del consumidor o cliente.</p>	<p>Considera, además, los valores y principios de la empresa, el desarrollo sostenible y la ética, dimensiones importantes en la concepción o reformulación, fabricación y venta de sus productos y/o servicios.</p>
<b>ETAPA 1</b>	<b>ETAPA 2</b>	<b>ETAPA 3</b>	<b>ETAPA 4</b>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		Sí	No
31.1.	Mantiene un programa especial enfocado en la salud y seguridad del consumidor/cliente de sus productos y servicios.		
31.2.	Posee sistemas internos ágiles y capacita a su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia ante situaciones de crisis.		
31.3.	Se caracteriza porque en los últimos tres años, no ha sido demandada por el incumplimiento de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente.		
31.4.	Se caracteriza porque en los últimos cinco años, no ha tenido productos retirados del mercado por presión de clientes/consumidores u órganos de defensa.		
31.5.	Transparenta la información al público consumidor, acerca de los posibles riesgos y advertencias del uso seguro de los productos o servicios que ofrece la empresa (uso irresponsable o excesivo, etc.).		
31.6.	Realiza estudios para conocer daños potenciales que puedan generar sus productos o servicios, a los consumidores, previo a su lanzamiento.		
31.7.	Tiene un sistema de control de calidad para sus productos o servicios.		
31.8.	Revisa periódicamente la fecha de vencimiento de sus productos.		
31.9.	Considera los requerimientos de clientes con capacidades diferentes.		

Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
31.10. Total de demandas administrativas recibidas.			
31.11. Total de demandas judiciales recibidas.			



## COMUNIDAD

### **Relaciones con la Comunidad Local**

Indicador 32 – Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno

Indicador 33 – Relaciones con Organizaciones Locales

### **Acción Social**

Indicador 34 – Financiamiento de la Acción Social

Indicador 35 – Involucramiento con la Acción Social

## Relaciones con la Comunidad Local

### Indicador 32 – Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno

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

<p>Procura tomar medidas reparadoras en respuesta a reclamos y requerimientos de la comunidad.</p>	<p>Conoce a profundidad sus impactos en la comunidad, posee un proceso estructurado para registrar reclamos y promueve reuniones sistemáticas para informar liderazgos locales sobre disposiciones tomadas.</p>	<p>Posee una política formal de anticiparse a demandas de la comunidad e informarla sobre actuales y futuros planes e impactos de sus actividades, e involucra a la comunidad en la resolución de los problemas.</p>	<p>Además de poseer una política formal de relación con la comunidad, mantiene comités permanentes o grupos de trabajo con la participación de liderazgos locales para analizar sus actividades y monitorear sus impactos.</p>
<p>ETAPA 1</p>	<p>ETAPA 2</p>	<p>ETAPA 3</p>	<p>ETAPA 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
32.1. Reconoce a la comunidad en que está presente como parte interesada importante en sus procesos decisorios.		
32.2. Cuenta con una política para manejar las relaciones con su comunidad aledaña conocida por todos sus empleados.		
32.3. Participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y del encaminamiento de soluciones.		
32.4. Contribuye con mejorías en la infraestructura o en el ambiente local que pueda disfrutar la comunidad (vivienda, carreteras, puentes, escuelas, hospitales etc.).		
32.5. Conoce el impacto de sus inversiones en infraestructura y/o servicios prestados principalmente para el beneficio de la comunidad.		
32.6. Concientiza y entrena a sus empleados para respetar los valores, cultura y tradiciones de la comunidad donde actúa.		
32.7. Tiene una política para emplear, en las respectivas actividades y en la medida de lo posible, el mayor número de personas de la comunidad aledaña.		
32.8. Responde a reclamos de la comunidad sobre el impacto de sus actividades.		
32.9. Toma acciones preventivas para evitar futuros problemas en la comunidad.		

## Indicador 33 – Relaciones con Organizaciones Locales

Con relación a las organizaciones comunitarias, ONGs y centros públicos (escuelas, puestos de salud, etc.) presentes en su entorno, la empresa:

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

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		Sí	No
33.1.	Hace un estudio 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.		
33.3.	Conoce los planes operativos anuales (POA) elaborados por la comunidad/barrio.		
33.4.	Cuenta con un mapeo de los principales actores públicos y privados del entorno.		
33.5.	Dentro de su planificación, establece una política de apoyo a la comunidad.		
33.6.	Para las acciones o programas de apoyo a la comunidad que realiza, consulta a los empleados.		
33.7.	Genera y/o participa de alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad.		

# Acción Social

## Indicador 34 - Financiamiento de la Acción Social

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 un presupuesto anual, administrados con transparencia por un comité o grupo de trabajo, conforme a criterios preestablecidos.</p>	<p>Programa social estructurado o inversión social privada<sup>14</sup>, administrada por un equipo especializado, con dotación presupuestaria estable y con un público, con metas y estrategias definidas.</p>	<p>Programa social estructurado o inversión social privada que cuenta con un mecanismo propio para la generación de ingresos, estando asegurada su continuidad a largo plazo (fondo patrimonial y/o porcentaje fijo sobre la facturación de la empresa).</p>
<p><b>ETAPA 1</b> <input type="checkbox"/></p>	<p><b>ETAPA 2</b> <input type="checkbox"/></p>	<p><b>ETAPA 3</b> <input type="checkbox"/></p>	<p><b>ETAPA 4</b> <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.      <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
34.1. Incluye a la acción social y sus responsables en el proceso general de planificación estratégica.		
34.2. Utiliza especialistas en el ciclo de planificación, monitoreo y evaluación de su acción social.		
34.3. Planifica su acción social con la finalidad de maximizar su impacto a largo plazo.		
34.4. Cuenta con procedimientos de consulta periódica a los beneficiarios de su acción social, monitoreándola por medio de indicadores de desempeño.		
34.5. Posee mecanismos para estimular proveedores, accionistas y otras grupos de interés a hacer donaciones financieras.		
34.6. Ha sido reconocida en su comunidad por propuestas generadas, convocatorias periódicas y/o por su desempeño y dedicación a temas sociales.		
34.7. Ha sido reconocida por su desempeño en temas de interés nacional (instancias colegiadas, organizaciones, gobierno, etc.).		
34.8. Promueve eventos, concursos o premios a individuos o grupos dedicados a su comunidad.		
34.9. Evalúa los resultados de los programas y/o apoyos destinados al desarrollo de la comunidad.		

## Indicador 35 – Involucramiento con la Acción Social

Como forma de concretar su acción social, la empresa:

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

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
35.1. Divulga internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y estimulando la participación de los empleados.		
35.2. Autoriza el uso controlado de horas pagadas para el trabajo voluntario de los empleados.		
35.3. Posee un consejo o comité mixto, con miembros de distintas áreas de la empresa, o del grupo empresarial, incluyendo miembros de la sociedad acreditados para tratar el gerenciamiento de la acción social en la que actúa.		
35.4. Posee un programa de voluntariado empresarial.		
35.5. En sus acciones/programas de voluntariado que realiza, se consulta a los empleados.		
35.6. Genera oportunidades para que los empleados desarrollen actividades de voluntariado.		
35.7. Cuenta con directivos y gerentes que participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias.		
35.8. Cuenta con colaboradores que desarrollan acciones de voluntariado por iniciativa propia.		
35.9. Procura involucrar a sus proveedores en programas y/o acciones de voluntariado.		
35.10. Difunde experiencias exitosas de inversión social en las que participa y patrocina.		
35.11. Maximiza el impacto social de sus recursos realizando proyectos conjuntos con otras empresas o a través de asociaciones empresariales.		
35.12. Cuenta con procesos de control y seguimiento de las inversiones que realiza.		
35.13. Prioriza las acciones sociales dirigidas a grupos de interés vulnerables (ej. Juventud, niñez, discapacitados, ancianos).		
35.14. Ofrece capacitación o formación para que los trabajadores realicen actividades de voluntariado.		
35.15. Posee incentivos para el involucramiento de los empleados en actividades de voluntariado.		

Informaciones Cuantitativas Locales	2009	2010	2011
35.14. Porcentaje de la facturación bruta destinada a la acción social (no incluye obligaciones legales, tampoco tributos o prestaciones vinculados a la condición de empleado de la empresa).			
35.15. Porcentaje del total destinado correspondiente a donaciones en productos y servicios.			
35.16. Porcentaje del total destinado correspondiente a donaciones en especie.			
35.17. Porcentaje del total destinado correspondiente a inversiones en proyecto social propio.			
35.18. Porcentaje del total destinado correspondiente a la publicidad.			
35.19. Porcentaje de empleados que realizan trabajo voluntario en la comunidad.			
35.20. Cantidad promedio de horas mensuales donadas (liberadas del horario laboral) por la compañía para trabajo voluntario de empleados.			

## GOBIERNO Y SOCIEDAD

### Transparencia Política

Indicador 36 – Contribuciones para Campañas Políticas

Indicador 37 – Construcción de la Ciudadanía por las Empresas

Indicador 38 – Prácticas Anticorrupción y Anticoima

### Liderazgo Social

Indicador 39 – Liderazgo e Influencia Social

Indicador 40 – Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

## Transparencia Política

### Indicador 36 – Contribuciones para Campañas Políticas

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

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

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		Sí	No
36.1.	Y sus directivos, se caracteriza porque en los últimos cinco años, no han sido mencionados negativamente en la prensa por contribuir financieramente para campañas políticas.		
36.2.	Cuenta con normas explícitas de no utilización del poder económico para influenciar en las contribuciones que pudieran hacer otras empresas, proveedores, distribuidores y otros aliados.		
36.3.	Posee normas que prohíben la utilización de su influencia económica sobre sus públicos interesados para apoyar causas políticas.		
36.4.	Mantiene una norma explícita que prohíbe la utilización de su poder económico para afectar negativamente a otras empresas y/o sus competidores.		



## Indicador 37 – Construcción de la Ciudadanía por las Empresas

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

<p>Desarrolla actividades eventuales, enfocadas en la educación para la ciudadanía, abordando derechos y deberes.</p>	<p>Desarrolla periódicamente actividades de educación para la ciudadanía y permite la libre discusión e intercambio de informaciones sobre temas políticos.</p>	<p>Además de eso, promueve o apoya por medio de alianzas, la organización de debates, foros de discusión con candidatos a puestos públicos, con el objetivo de asegurar el voto conciente.</p>	<p>Asume el papel de formar ciudadanos y desarrolla programas de educación para la ciudadanía, no sólo internamente y en su cadena de producción, si no también en la comunidad de entorno, ejerciendo liderazgo en la discusión de temas como participación popular y combate a la corrupción en su municipio.</p>
<p>ETAPA 1</p>	<p>ETAPA 2</p>	<p>ETAPA 3</p>	<p>ETAPA 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.      <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)</p>			

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		Sí	No
37.1.	Estimula a sus empleados para que ejerzan evaluación y control de la actuación de los candidatos electos.		
37.2.	Establece convenios con organismos públicos o de la sociedad civil con el objetivo de promover la erradicación del trabajo infantil ó el trabajo forzado; incentivar la generación de empleos, seguridad alimenticia, etc.		
37.3.	Desarrolla actividades eventuales enfocados en la educación cívica, abordando derechos y deberes.		
37.4.	Apoya y participa en la elaboración de políticas públicas (por medio de municipalidades, comités, asociaciones, cámaras, redes de acción social, etc.).		
37.5.	Toma liderazgo en la formación de redes o alianzas a nivel comunitario, con el propósito de fortalecer y dirigir políticas públicas de beneficio común o social.		
37.6.	Desarrolla alianzas con entidades públicas para mejorar su desempeño (municipalidades, rama judicial, ministerios, rama ejecutiva, etc.).		
37.7.	Opera sin ayuda económica-financiera del Gobierno local o nacional. (Subsidios, contribuciones, descuentos en el pago de impuestos, regalías)		

## Indicador 38 – Prácticas Anticorrupción y Anticoima

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

<p>Procura evitar situaciones que involucren favorecer a agentes del poder público, pero no tiene procedimientos formales o divulgados de control y castigo.</p>	<p>Mantiene una postura reconocida por el público interno sobre la prohibición de favorecimiento directo o indirecto de agentes del poder público.</p>	<p>Asume un compromiso público de combate a la corrupción y a la coima, adopta normas escritas (documento específico, código de ética etc.), y las divulga ampliamente al público interno y externo (proveedores, consumidores, representantes del poder público, con quienes se relaciona), y mantiene procedimientos formales de control, castigo y auditoría, en caso de ocurrirlos.</p>	<p>Seguros de que la erradicación de las prácticas ilegales, inmorales y antiéticas también dependen de divulgación, facilitación o educación, busca la empresa involucrar a un número cada vez mayor de grupos de interés como proveedores, clientes, entidades aliadas etc., en iniciativas de combate a la corrupción y coima, para diseminar el tema, y/o enseñar la utilización de herramientas relacionadas etc.</p>
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)	

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
38.1. Prevé medidas que castiguen a los colaboradores y empleados involucrados en favorecimiento a agentes del poder público.		
38.2. Posee una política explícita de no apoyo y no participación en procesos en los que se presume que se manipulan los reglamentos de licitación (públicos o privados).		
38.3. Cuenta con directivos y/o colaboradores, que no han sido mencionados en la prensa en los últimos cinco años bajo sospecha de haber participado en incidente de ofrecimiento de coima o práctica corrupta de agentes públicos.		
38.4. Posee procedimientos específicos para el control de prácticas corruptas y coimas.		

# Liderazgo Social

## Indicador 39 – Liderazgo e Influencia Social

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

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

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:	Sí	No
39.1. Patrocina o realiza campañas de medios exclusivamente relacionadas a cuestiones de interés público.		
39.2. Promueve legislaciones o iniciativas que favorezcan el desarrollo del país/mercado/empresariado/sociedad.		

## Indicador 40 – Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

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

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

### Informaciones Adicionales Locales

La empresa:		Sí	No
40.1.	Adopta o desarrolla una alianza con organismos públicos o de la sociedad civil con los objetivos de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, la salud y/o la infraestructura, erradicar el trabajo infantil y/o el trabajo forzado, incentivar la generación de renta y/o de empleo, promover seguridad alimentaria etc.		
40.2.	Articula y coordina alianzas en los programas en los cuales participa.		
40.3.	Concientiza a sus empleados sobre la importancia de participar en las administraciones gubernamentales y fiscalizarlas.		
40.4.	Procura participar en las organizaciones que integren empresarios y utiliza ese espacio para actualizarse y discutir con otras empresas sus dificultades, necesidades y formas de movilización en buscar de mejores condiciones para los negocios y también de mejores condiciones para la comunidad.		

## 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 realizar e interpretar el informe diagnóstico elaborado.

**NOTAS**



# Notas al Pie

- 1 Esta auditoría debe ser llevada a cabo interna o externamente, por un consultor o profesional especializado.
- 2 Según el Relatório Oficial sobre Governança Corporativa na América Latina, de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), los debates sobre gobierno corporativo en Latinoamérica y en todo el mundo se concentran en las sociedades de capital abierto y en las empresas que, aunque sean de capital cerrado, tienen potencial para la apertura de su capital a corto plazo. (...) Sin embargo, (...) el buen gobierno corporativo constituye motivo relevante de preocupación también para las sociedades de capital cerrado, ya que la mayor parte de ellas depende aún de autofinanciamiento, de operaciones de private equity y del sistema bancario para captar los recursos necesarios para su expansión y crecimiento. Las sociedades de capital cerrado (en general, se tratan de empresas familiares o de propiedad de sus propios fundadores) deben adoptar prácticas coherentes de contabilidad y auditoría, así como controles adecuados y administración y planificación estratégica, si quieren preservar su competitividad .
- 3 Stakeholder término en inglés ampliamente utilizado para designar a los grupos de interés o partes interesadas, es decir, cualquier individuo o grupo que pueda afectar el negocio, por medio de sus opiniones o acciones, o afectarse por él: público interno, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno, accionistas etc.
- 4 Más información sobre la elaboración del Reporte de Sostenibilidad, véase la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad: Versión G3, de Global Reporting Initiative (GRI), disponible en [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org).
- 5 Para más información sobre temas relacionados al trabajo, visite el sitio de la Organización Internacional del Trabajo [www.ilo.org/global/lang-es/index.htm](http://www.ilo.org/global/lang-es/index.htm)
- 7 Se usa la expresión protección a la maternidad para identificar la legislación que abarca los derechos de la mujer en el periodo de embarazo, nacimiento y primeros meses de vida del niño.
- 8 Para más información, conozca la Declaración mundial sobre la supervivencia, la protección y el desarrollo del niño, disponible en [http://www.iin.oea.org/compromisos\\_Cumbre\\_Mundial.pdf](http://www.iin.oea.org/compromisos_Cumbre_Mundial.pdf)
- 9 Entre los productos provenientes de la floresta utilizados por las empresas en su operación diaria o en la producción, están los madereros, como la celulosa, para papel y embalajes, la madera, para muebles, lápices, pisos etc. y la madera para la construcción civil. Y los no madereros, como óleos, hiervas y frutas utilizados en la fabricación de medicamentos, alimentos, cosméticos etc.
- 10 Una de las certificaciones más importantes es la FSC, Forest Stewardship Council, cuyo objetivo es difundir el buen manejo forestal según los principios y criterios que concilian las salvaguardas ecológicas con los beneficios sociales y la viabilidad económica. El sello FSC certifica que la madera (u otro insumo forestal) usada en un producto proviene de una floresta manejada en forma ecológicamente adecuada, socialmente justa y económicamente viable, y su manejo cumple todas las leyes vigentes. Más información en [www.fsc.org](http://www.fsc.org).
- 11 Como forma de prevenir y eliminar el trabajo infantil, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) ha adoptado la Convención 138, de 1973, sobre la edad mínima para admisión al empleo y la Convención 182, de 1999, sobre la prohibición de las peores formas de trabajo infantil y su eliminación. Más informaciones: [www.ilo.org/](http://www.ilo.org/)
- 12 El Artículo 2º de la Convención 29 de la OIT sobre el Trabajo Forzado u Obligatorio define la expresión “trabajo forzado u obligatorio”, como “todo trabajo o servicio exigido a una persona bajo amenaza de sanción y para el cual no se haya ofrecido espontáneamente”. Más información: [www.ilo.org/](http://www.ilo.org/)
- 13 Las empresas prestadoras de servicios tienen como fuente potencial de daños al cliente la exposición de los datos personales usados en las transacciones. Es importante considerar también ese aspecto en la auto evaluación.
- 14 Inversión social privada es el repase voluntario de recursos privados, de forma planeada, monitoreada y sistemática, para proyectos sociales, ambientales y culturales de interés público.