

GUIA DE AUTOAPLICACION

Indicadores

Versión 1.0

de Responsabilidad
Social Empresarial

Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial 1.0 es una publicación puesta a disposición por la Asociación de Empresarios Cristianos. Comprende los indicadores del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial comunes a todos los países de la región que forman parte del programa y la adaptación a la realidad y contexto legal del Paraguay, de los Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, publicados anualmente por el Instituto Ethos de Brasil.



Asociación de Empresarios Cristianos – ADEC
Siria 350 c/ Ayala Velázquez
Asunción – Paraguay
Tel/Fax: 595 21 202230
Sitio Web: www.adec.org.py
Correo Electrónico: adec@adec.org.py

Responsable de la presente edición:

Mónica Alonso, Sara de Talavera

Agradecimientos:

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

A las organizaciones participantes del programa: IARSE- Argentina, CERES-Ecuador, Fundación COBORSE-Bolivia, Instituto ETHOS- Brasil, PERU 2021- Perú, UNIRSE-Nicaragua por el esfuerzo realizado en la concreción de este programa.

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

A los empresarios paraguayos que han participado de la validación de los indicadores ETHOS para la realidad paraguaya.

A Hugo Royg, quien ha contribuido con importantes aportes tanto en la validación de los indicadores como en el desarrollo de metodologías de facilitación para el llenado con las empresas.

Diseño

Lic. Verónica Talavera

Impresión

AGR

Asunción, Paraguay

La Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC) es una organización de empresarios que, inspirada por valores cristianos, promueve la transformación personal del empresario/a, la cultura empresarial de la excelencia, la responsabilidad social y el fortalecimiento de la sociedad civil.

Nuestra Misión: Participar activamente en la transformación y desarrollo de nuestra sociedad y promover la formación integral del empresario y su responsabilidad social.

Nuestra Visión: Organización de empresarios que, inspirada por valores cristianos, promueve la transformación personal del empresario, la cultura empresarial de la excelencia, la responsabilidad social y el fortalecimiento de la sociedad civil.

Programas y Proyectos

Programa de Responsabilidad Social Empresarial

① Programa de gestión sostenible en la cadena de proveedores

Ayuda a mejorar la gestión de las grandes empresas con su cadena de proveedores y a mejorar la gestión de RSE de las pymes proveedoras.

② Proyecto PLARSE (Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial)

• “Indicadores RSE”

El objetivo es utilizar un único patrón de indicadores de RSE en Latinoamérica. Comprende un sitio web, un manual de Indicadores y talleres de facilitación para empresas.

• Proyecto “RSE y Medios”

Busca extender el conocimiento más profundo de los conceptos y prácticas de RSE. Tiene 2 componentes: la conformación de una Red de Periodistas y la creación de un premio.

• Proyecto “Combate a la pobreza”

El objetivo general es que las empresas contribuyan a la reducción de la desigualdad social mediante los negocios inclusivos.

③ Congreso de Responsabilidad Social Empresarial

Anualmente, la ADEC realiza este congreso para reflexionar sobre los retos de la RSE en la región, y el rol que la empresa desempeña en su fortalecimiento. Su orientación es eminentemente práctica.

Indice

- 5 Presentación
- 11 Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo
- 23 Público interno
- 45 Medio Ambiente
- 53 Proveedores
- 59 Consumidores y Clientes
- 65 Comunidad
- 71 Gobierno y Sociedad

INDICADORES ADEC-ETHOS

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

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

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 ADEC-ETHOS 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 Paraguay.

P L A R S E

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

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

RESPECTO 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

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

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 estadios de determinada práctica, evolucionando desde una primera a una cuarta etapa, a fin de poder identificar fácilmente en qué estadio de la práctica se encuentra la empresa, tal como se describe a continuación:

<p>Representa una etapa básica de acciones de la empresa. Está todavía en el nivel reactivo a las exigencias legales.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 1</p>	<p>Representa la etapa intermedia de acciones, en la cual la empresa mantiene una postura defensiva sobre los temas. Pero ya empieza a encaminar cambios y avances respecto a la conformidad de sus prácticas.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 2</p>	<p>Representa la etapa avanzada de acciones, en la cual ya se reconocen los beneficios de llegar más allá de la conformidad para prepararse de antemano a las presiones reguladoras que resultan en cambios de expectativas para la empresa. La Responsabilidad Social y el Desarrollo Sustentable son considerados estratégicos para el negocio.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 3</p>	<p>Representa la etapa proactiva, en la cual la empresa alcanzó estándares considerados de excelencia en sus prácticas, involucrando a proveedores, consumidores, clientes, la comunidad y también influenciando políticas públicas de interés para la sociedad.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 4</p>
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)	

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

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

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

Indicadores Binarios (Informaciones Adicionales):

Se compone de preguntas de respuesta binaria (sí o no) y cualifican el estadio seleccionado en los Indicadores en Profundidad.

Sirven para la validación y profundización de la etapa de responsabilidad social identificada por la empresa y contribuyen a la comprensión de las prácticas que pueden incorporarse a la gestión de los negocios. Para una correcta autoevaluación, estos indicadores deben ser completados obligatoriamente, excepción hecha en los casos que el indicador de profundidad correspondiente no sea aplicable a la realidad de la empresa.

Indicadores Cuantitativos:

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

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

Instrucciones para completar el cuestionario

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

Contáctenos

Para consultar u obtener más información sobre la metodología de aplicación de los Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, su correlación con las iniciativas del Pacto Global y GRI (Global Reporting Initiative), contacte con la Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC), a los mails;

monica.alonso@adec.org.py, info@adec.org.py, adec@adec.org.py

Valores, Transparencias 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 las partes interesadas (Stakeholders)

Indicador 6. Balance Social/Memorias 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 una 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 programa de orientación y entrenamiento para los empleados de todos los niveles jerárquicos para garantizar que los valores y principios se incorporen a los procesos de trabajo y a las actitudes / comportamiento de las personas. Tales acciones están formalmente a cargo de una persona o área responsable.</p>	<p>Además de eso, el código de conducta de la organización prevé la participación de empleados, de los principales grupos de interés en su revisión y está sometido a control y auditoría periódicos. La responsabilidad de esas acciones está formalmente a cargo de un equipo multidisciplinario.</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.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)</p>	

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
1.1. Tiene explicitada su misión y visión		
1.2. En la misión y visión se incluyen consideraciones sobre la responsabilidad social empresarial.		
1.3. En la redacción de la misión y visión participan distintos niveles de la empresa.		
1.4. En la redacción de la misión y visión se hacen consultas externas a la empresa (proveedores, clientes, comunidad, etc.).		
1.5. La misión y visión de la empresa son revisadas periódicamente.		
1.6. La empresa dispone de códigos de ética ó conducta formales.		
1.7. Expone públicamente sus compromisos éticos por medio de materiales institucionales, por Internet o de otra manera que sea adecuada a sus grupos de interés		
1.8. La dignidad de la persona es un valor estimado y respetado en todos los ámbitos de la empresa		

El código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa:	Sí	No
1.9. Contemplan las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, medio ambiente, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y accionistas minoritarios.		
1.10. Prohíben expresamente la utilización de prácticas ilegales (como soborno, corrupción, extorsión, coima y doble contabilidad) para obtención de ventajas comerciales.		

El código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa cubren temas como:	Sí	No
1.11. Cumplimiento de las leyes y pago de impuestos;		
1.12. Cobro de comisiones indebidas ó coimas		
1.13. Reglas explícitas en las relaciones con funcionarios públicos;		
1.14. Conflicto de intereses;		
1.15. Donaciones;		
1.16. Corrupción activa en actividades en Paraguay o en el extranjero		
1.17. Corrupción pasiva		
1.18. Prevención y tratamiento de fraudes		
1.19. Límites de las actividades y contribuciones políticas;		
1.20. Relaciones con la comunidad;		
1.21. Nepotismo		
1.22. Fraude en licitaciones públicas		
1.23. Prevención y tratamiento de fraudes.		

La empresa:	Sí	No
1.24. Posee comité, consejo o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) internamente.		
1.25. Posee comité, consejo o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) externamente.		
1.26. Estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de sus empleados.		
1.27. Vincula expresamente la actuación de los asesores jurídicos y contables al código de ética/ declaración de principios.		
1.28. Además de cumplir todas las legislaciones vigentes para su ejercicio y estar al día con todos los tributos, tiene procedimientos para que todos sus empleados conozcan las leyes a que están vinculadas al ejercer actividades en nombre de la organización o en su beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente.		

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 auditada¹ 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 su cadena productiva.</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.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)</p>	

Informaciones Adicionales

	Sí	No
2.1. El código de ética o conducta es entregado a todos los colaboradores de la empresa y los mismos han firmado acuse de recibo.		
2.2. Se abordan las cuestiones éticas en encuestas de ambiente organizativo, por evaluación 360° o herramientas similares.		
2.3. Los empleados de la empresa demuestran familiaridad con los temas y conductas contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente.		
2.4. La empresa tiene una estructura organizacional con procedimientos para manejar denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento del código de conducta y / o su declaración de valores.		
2.5. La empresa difunde y educa en valores y en códigos de ética regularmente.		
2.6. Se aplican criterios éticos en las distintas instancias del reclutamiento y selección de personal.		

Indicador 3. Gobierno Corporativo²

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 estados 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 los estados de cuentas y otras informaciones.</p>	<p>Además de eso, tiene políticas explícitas para promover el 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 las partes interesadas en asuntos que las involucren.</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.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)</p>	

Informaciones Adicionales

La alta directiva de la empresa:	Sí	No
3.1. Cuenta con mecanismos o sistemas formales para evaluación periódica de sus integrantes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2. Posee estructura que contemple consejos de administración 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
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 y riesgos ambientales y sociales y monitorear la actuación de la gestión (directiva).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4. Utiliza estudios, investigaciones y el apoyo de especialistas para fundamentar la resolución de dilemas éticos, socio ambientales y relativos a derechos humanos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5. Incluye el respeto a los derechos humanos como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones ³ .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Sí	No
3.6. Orienta sus operaciones en concordancia con las declaraciones de principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo ⁴ .		
3.7. Orienta sus operaciones en concordancia con Principios del Pacto Global ⁵ y/ o en apoyo a las Metas del Milenio ⁶ .		
3.8. La visión y estrategia de la organización contemplan contribuciones de la empresa en lo que se refiere al desarrollo sostenible.		
3.9. Difunde y educa en valores y en códigos de ética regularmente.		
3.10. Existe una estrategia formal de RSE dentro del mapa estratégico de la empresa		
3.11. Existen objetivos cuantificados de RSE dentro de las estrategias funcionales de las distintas áreas de la empresa (compras, logística, proveedores, etc.)		

	2007	2008	2009
3.12. Número de miembros del Directorio/ Consejo de Administración (o estructura similar)			
3.13. Porcentaje del Directorio/ Consejo de Administración (o estructura similar) formado por consejeros independientes, sin cargos ejecutivos			
3.14. Porcentaje de mujeres en el Directorio/Consejo de Administración (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>Etapa 1</p>	<p>Posee reglas explícitas y declaradas sobre competencia desleal discutiendo periódicamente (o cuando fuese necesario) con el público interno, sobre su postura ante la competencia.</p> <p>Etapa 2</p>	<p>Asume el compromiso público de combate a la competencia desleal. Discute su postura con proveedores y clientes, alertándolos sobre las cuestiones de competencia leal, y participa en asociaciones del mismo sector empresarial, para la discusión de esos aspectos.</p> <p>Etapa 3</p>	<p>Ejerce una posición de liderazgo en su sector empresarial, en discusiones relacionadas a la búsqueda de estándares de competencia cada vez más elevados (combate a la formación de trust y cárteles, prácticas desleales de comercio, fraude en licitaciones y espionaje empresarial).</p> <p>Etapa 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)</p>	

Informaciones Adicionales

	Sí	No
4.1. Los principios relacionados a la competencia leal constan en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.		
La empresa:		
4.2. Expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su sitio de Internet, de material institucional, del informe anual etc.).		
4.3. Posee una política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos o servicios.		
4.4. La política sobre competencia desleal abarca la cadena productiva de la empresa.		
4.5. Participa, conjuntamente con su competencia, en programas de beneficio cívico, social y comunitario		
4.6. Establece mecanismos de diálogo transparente con su competencia que promueva el desarrollo de su sector.		
4.7. Cuenta con estudios comparativos de sus prácticas laborales, respecto a sus competidores.		
Aborda también los siguientes rubros:		
4.8. Piratería		
4.9. Evasión fiscal		
4.10. Contrabando		
4.11. Adulteración de productos o marcas		
4.12. Falsificación de productos		
La empresa:		
4.13. En los últimos 3 años, ha sido denunciada por algún organismo de defensa al consumidor por prácticas de competencia desleal.		
4.14. En los últimos 3 años, ha sido denunciada por Autoridades gubernamentales/judiciales u otras organizaciones de la sociedad civil por irregularidades en sus procesos, servicios o productos.		

Indicador 5. Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés (Stakeholders⁷)

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 estableció canales de diálogo para mantener esas relaciones.</p> <p>Etapa 1</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>Etapa 2</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>Etapa 3</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>Etapa 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes. <input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)</p>			

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
5.1. Se comunica con grupos o partes interesadas que critican la naturaleza de sus procesos, productos o servicios.		
5.2. Tiene políticas y/o procedimientos de relaciones para responder prontamente a cualquier sugerencia, solicitud, esfuerzo o demanda de sus partes interesadas.		
5.3. En su proceso de diálogo y involucramiento de las partes interesadas cuenta con indicadores de desempeño para monitoreo de las relaciones.		
5.4. Tiene política para que los indicadores/datos/informaciones surgidos del proceso de diálogo y compromiso de las partes interesadas sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles para sus partes interesadas.		
5.5. Utiliza esos indicadores/datos/informaciones en el proceso de planificación general.		
5.6. Inserta esos indicadores/datos/informaciones en el balance social de la empresa.		
5.7. Utiliza metodologías de diálogo estructurado con los grupos de interés, tales como la norma AA1000 ⁸ o similar.		

Indicador 6. Balance Social/ Memorias de RSE/ Reporte de Sostenibilidad

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

<p>Elabora sin regularidad definida el balance social con informaciones sobre sus acciones sociales y ambientales.</p>	<p>Elabora anualmente el balance social, que describe sus acciones sociales y ambientales, incorporando aspectos cuantitativos.</p>	<p>Produce con amplio involucramiento interno, el balance social fácilmente accesible, que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, describiendo sólo los resultados favorables.</p>	<p>Se elabora un balance social o reporte de sostenibilidad con involucramiento de los grupos de interés externos, que integra las dimensiones sociales, ambientales y económicas de sus actividades e incluye resultados desfavorables y los respectivos desafíos, con metas para el próximo periodo.</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.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)</p>	

Informaciones Adicionales

	Sí	No
6.1. Las informaciones sobre la situación económico-financiera de las actividades de la empresa son auditadas por terceros.		
6.2. Las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de las actividades de la empresa son auditadas por terceros.		
6.3. En el proceso de elaboración del balance social, la empresa involucra a por lo menos cuatro de los siguientes grupos de interés: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general (por ejemplo, por medio de contactos con organizaciones de defensa del medio ambiente, sindicatos u otras asociaciones de colaboradores, entidades volcadas a la salud pública o defensa de los derechos humanos etc.).		
6.4. La empresa incorpora en el balance social críticas, sugerencias y testimonios de grupos de interés.		
6.5. El proceso de divulgación del balance social contempla por lo menos a cuatro de los siguientes grupos de interés: público interno, comunidad, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general.		
6.6. La empresa expone datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades vía Internet.		
6.7. Los datos recogidos y utilizados para el balance social se emplean en la planificación estratégica de la empresa.		

Al producir el balance social, la empresa lleva en consideración los principios ⁹ de:	Sí	No
6.8. Inclusión;		
6.9. Relevancia y Materialidad;		
6.10. Transparencia;		
6.11. Alcance		
6.12. Equilibrio;		
6.13. Comparabilidad;		
6.14. Exactitud;		
6.15. Periodicidad;		
6.16. Claridad;		
6.17. Verificabilidad		

	2007	2008	2009
6.18. Cantidad de partes interesadas (público interno, proveedores, comunidad, medioambiente, clientes, gobierno y sociedad) involucradas en la elaboración del balance social			

N O T A S

¹ Esta auditoría puede 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 Un ejemplo de cuestiones a las cuales la compañía debe estar atenta es no invertir, ni tampoco adquirir fábricas que empleen trabajo infantil o sometan a sus empleados a condiciones impropias de salud y seguridad, o empresas consideradas por la comunidad como violadoras de derechos sobre la tierra o del conocimiento tradicional de poblaciones locales. Otro ejemplo es la participación en negocios con representantes del gobierno involucrados en corrupción, situación en que la empresa puede ser considerada connivente con crímenes contra el patrimonio público y con distribución de renta fraudulenta. Situaciones como éstas generan riesgos que pueden llevar a litigio, extorsión, pérdida de producción, seguros más caros, dificultad de acceso al capital y de reclutamiento y retención de talentos, además, está claro, de daños a la reputación.

⁴ Los principios y derechos fundamentales en el trabajo están relacionados a la libertad sindical y al reconocimiento del derecho de negociación colectiva, a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio, a la abolición efectiva del trabajo infantil y a la eliminación de cualquier discriminación relacionada a empleo y ocupación. Más informaciones en el sitio de la OIT <http://www.oit.org.pe/portal/>

⁵ El Pacto Global (Global Compact) es una iniciativa desarrollada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) con el objetivo de movilizar la comunidad empresarial internacional para la promoción de valores fundamentales en las áreas de derechos humanos, trabajo y medio ambiente. Esa iniciativa cuenta con la participación de las agencias de las Naciones Unidas, empresas, sindicatos, organizaciones no gubernamentales y demás aliados necesarios para la construcción de un mercado global más inclusivo e igualitario. Más informaciones en los sitios www.unglobalcompact.org.

⁶ Los ODM se establecieron en la Declaración del Milenio de las Naciones Unidas, documento aprobado en la Cumbre del Milenio, realizada del 6 al 8 de septiembre de 2000, en Nueva York, EU. Se trata de un compromiso global para enfrentar los más significativos desafíos en los campos económico y social planteados como metas a cumplirse hasta el 2015.

⁷ Stakeholder – término en inglés ampliamente utilizado para designar a las partes interesadas, o sea, 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. Existe una tendencia cada vez mayor a considerar quienes se juzguen stakeholder como tal, y en cada situación, la compañía debe procurar hacer un mapeo de los stakeholders involucrados.

⁸ La AA1000 (Accountability 1000) es una norma internacional para a gestión de la contabilidad, auditoría y relato de la responsabilidad corporativa. Por medio del diálogo y del compromiso en diversos pasos del proceso, la organización que utiliza esa norma obtiene la credibilidad ante sus partes interesadas. Más informaciones sobre la norma: www.accountability.org.uk.

⁹ Más informaciones sobre elaboración del balance social, véase la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad: Versión G3, de Global Reporting Initiative (GRI), disponible en www.globalreporting.org.

Público Interno

DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

Indicador 7. Relaciones con Sindicatos u otras asociaciones de empleados.

Indicador 8. Gestión Participativa.

RESPETO AL INDIVIDUO

Indicador 9. Compromiso con el Futuro de los Niños.

Indicador 10. Compromiso con el Desarrollo Infantil.

Indicador 11. Valoración de la Diversidad.

Indicador 12. Compromiso con la no discriminación y Promoción de la Equidad Racial.

Indicador 13. Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género.

Indicador 14. Relaciones con Colaboradores Tercerizados.

TRABAJO DECENTE

Indicador 15. Política de Remuneración, Beneficios y Carrera.

Indicador 16. Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones Laborales.

Indicador 17. Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad.

Indicador 18. Comportamiento en los Despidos.

Indicador 19. Preparación para la Jubilación.

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, la empresa:

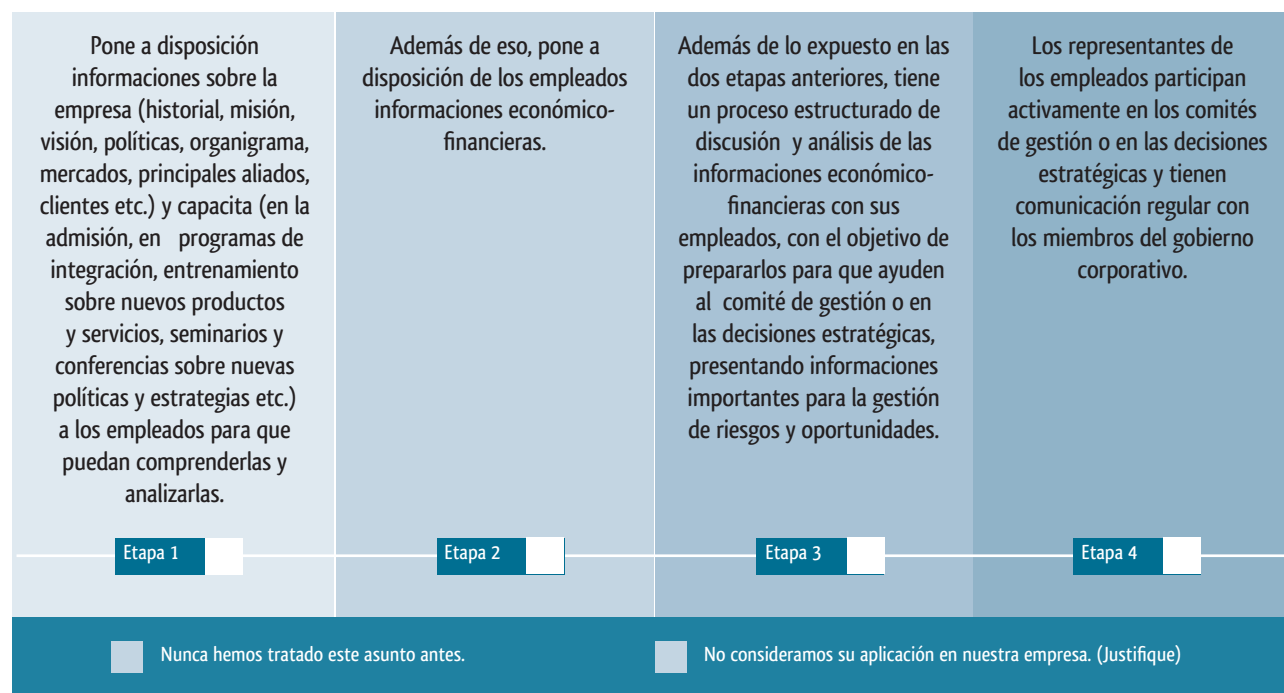
<p>No ejerce presión sobre los empleados involucrados en actividades sindicales u otras asociaciones de empleados.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>No ejerce presión y ofrece libertad para la actuación de los sindicatos u otras asociaciones de empleados en el sitio de trabajo.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de permitir la actuación de los sindicatos u otras asociaciones de empleados en el sitio de trabajo, provee 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 style="text-align: center;">Etapa 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de eso, tiene un canal de comunicación consolidado con los sindicatos u otras asociaciones de empleados, informándolos y proveyéndoles datos financieros y relativos a objetivos estratégicos, que afecten a los trabajadores, para subsidiar las discusiones.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 4 <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. (Justifique)</p>	

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
7.1. Suministra información a sus trabajadores y permite reuniones en horario de trabajo para facilitar su actividad gremial.		
7.2. Posee convenio colectivo con el sindicato de la categoría principal.		
7.3. Posee una comisión interna de empleadores y trabajadores que esté garantizada por convenio colectivo.		
7.4. En caso de que actúe en distintas regiones, negocia con el conjunto de sindicatos u otras asociaciones de colaboradores de esas regiones un nivel mínimo de prestaciones comunes.		
7.5. Pone a disposición de terceros informaciones básicas sobre derechos y deberes tales como acuerdos salariales, contribuciones sindicales etc.		

Indicador 8. Gestión Participativa

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



Informaciones Adicionales

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

RESPECTO AL INDIVIDUO

Indicador 9. Compromiso con el Futuro de los Niños

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

<p>Además de respetar la legislación nacional¹⁰ que prohíbe el trabajo infantil discute internamente la importancia de la educación y las consecuencias del trabajo infantil.</p>	<p>Además de respetar la legislación nacional que prohíbe el trabajo infantil y discutir la cuestión internamente, posee proyectos que contribuyen para el desarrollo de los hijos de los empleados propios (incluso de los tercerizados) estimulando sus competencias técnicas y psicosociales (ciudadanía, deportes, artes, etc.).</p>	<p>Además de lo descrito anteriormente, desarrolla o apoya proyectos para los niños y adolescentes de la comunidad.</p>	<p>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.</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. (Justifique)	

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
9.1. Discute con otras empresas o presenta propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil en su sector (o de manera general).		
9.2. Tiene programa específico para la contratación de aprendices ¹¹ .		
9.3. Considerando su papel social respecto a los aprendices, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal, con los debidos acompañamiento, evaluación y orientación.		
9.4. Al concluir el periodo correspondiente al programa de aprendizaje, busca emplearlo(s) en la propia empresa y en caso de imposibilidad, otorga oportunidades con empresas u organizaciones aliadas.		

	2007	2008	2009
9.5. Número de aprendices en la empresa.			
9.6. Número de aprendices contratados después del término del periodo de aprendizaje.			
9.7. Cantidad de acusaciones que recibió la empresa del Ministerio del Trabajo con relación al uso de mano de obra infantil.			

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>Cumple la legislación vigente de protección a la maternidad¹² (y paternidad, si aplicable) lactancia y guardería y prohíbe formalmente cualquier tipo de discriminación a la mujer embarazada y a empleados (hombres y mujeres, incluso los tercerizados/ subcontratados) con hijos menores de seis años de edad en procesos de admisión, de promoción o de movilidad interna.</p> <p>Etapa 1 <input type="checkbox"/></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 protección¹³ de los niños.</p> <p>Etapa 2 <input type="checkbox"/></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>Etapa 3 <input type="checkbox"/></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 4 <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. (Justifique)</p>	

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
10.1. Ofrece programas específicos para la salud de la mujer embarazada.		
10.2. Ofrece programas de orientación sobre cómo se da el desarrollo integral del niño por medio del fortalecimiento de las competencias familiares ¹⁴ (cuidados con el nacimiento, alimentación sana, prevención de enfermedades, protección a la integridad del niño, estímulo al desarrollo cognitivo y emocional de los hijos).		
10.3. Acompaña en forma periódica la vacunación, crecimiento y desarrollo de los hijos de los empleados, solicitando y verificando la Libreta de Salud del Niño del Ministerio de la Salud.		
10.4. Promueve campañas de inmunización para empleados y sus dependientes por medio de vacunas que no ofrece la red pública de salud (por ejemplo, la vacuna contra gripe).		
10.5. 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).		
10.6. Tiene una política específica para empleados padres o responsables de niños con discapacidad que les garantice participar en el desarrollo de los hijos en forma adecuada.		

La empresa ofrece los beneficios abajo mencionados para empleados (mujeres y hombres), indiscriminadamente, de todos los niveles jerárquicos:	Sí	No
10.7. Plan de salud familiar;		
10.8. Guardería, conforme la ley, en el lugar de trabajo o de la red convenida;		
10.9. Flexibilidad en los horarios para empleados con hijos menores de 6 años;		
10.10. Ayuda para educación de los hijos.		

La empresa:	Sí	No
10.11. Ofrece las mismas prestaciones de sus empleados registrados a los empleados tercerizados		
10.12. Tiene políticas de acompañamiento posparto, particularmente para identificación de la depresión posparto.		
10.13. Facilita la utilización de la flexibilidad de horario de 1 hora de amantamiento conforme la legislación vigente.		
10.14. Dispone de un centro de recursos para la familia, por ejemplo: una biblioteca con libros de texto y videos escolares que están a disposición de los hijos de colaboradores, así como otros materiales informativos sobre los más variados temas que puedan contribuir al bienestar de la familia.		
10.15. Apoya a las familias de los colaboradores por medio de convenios, programas o acuerdos especiales (educativos, créditos, canastas, etc.).		
10.16. Además de cumplir con las leyes relacionadas a la protección de la maternidad, paternidad, amantamiento y guardería, prohíbe formalmente cualquier tipo de discriminación hacia las mujeres embarazadas y a empleados con hijos menores de 6 años.		
10.17. La empresa otorga beneficios adicionales a los establecidos por la ley en los casos de embarazo.		

	2007	2008	2009
10.18. Porcentaje de hijos de empleados matriculados en centros de educación infantil – guardería (0 a 3 años)			
10.19. Porcentaje de hijos discapacitados de empleados matriculados en centros de educación infantil – guardería (0 a 3 años)			
10.20. Porcentaje de hijos discapacitados de empleados matriculados en centros de educación infantil – jardín de niños (4 y 5 años)			
10.21. Porcentaje de hijos de empleados al día con la vacunación para su edad, conforme establece el calendario básico del Ministerio de la Salud.			

Sobre los empleados ¹⁵ permanentes	2007	2008	2009
10.22. Total de empleados hombres responsables (padres o no) de niños de 0 a 5 años de edad.			
10.23. Total de empleadas responsables (madres o no) de niños de 0 a 5 años de edad.			
10.24. Total de empleadas cuyo último hijo recibió lactancia exclusiva hasta los 4 meses de edad.			
10.25. Total de empleadas que tuvieron horario flexible para amamantar al hijo hasta 6 meses de edad.			
10.26. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de mujeres empleadas.			
10.27. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de mujeres empleadas con menos de cuatro años de escolaridad.			
10.28. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de empleados hombres.			
10.29. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de empleados hombres con menos de cuatro.			
10.30. Total de dependientes menores de 1 año de edad años de escolaridad.			
10.31. Total de dependientes menores de 1 año de edad vacunados con la tetravalente.			
10.32. Total de mujeres embarazadas empleadas (o dependientes de empleados).			
10.33. Total de mujeres embarazadas empleadas (o dependientes de empleados) en acompañamiento prenatal.			
10.34. Total de dependientes de 4 y 5 años de edad.			
10.35. Total de dependientes de 4 y 5 años de edad matriculados en jardín de niños.			

Sobre los empleados tercerizados	2007	2008	2009
10.36. Total de empleados hombres padres o responsables de niños de 0 a 5 años de edad.			
10.37. Total de empleadas responsables (madres o no) de niños de 0 a 5 años de edad.			
10.38. Total de empleadas cuyo último hijo recibió amamantamiento exclusiva hasta los 4 meses de edad.			
10.39. Total de empleadas que tuvieron horario flexible para amamantar al hijo hasta 6 meses de edad.			
10.40. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de mujeres empleadas.			
10.41. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de mujeres empleadas con menos de cuatro años de escolaridad.			
10.42. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de empleados hombres.			
10.43. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de empleados hombres con menos de cuatro años de escolaridad.			
10.44. Total de dependientes menores de 1 año de edad.			

	2007	2008	2009
10.45. Total de dependientes menores de 1 año de edad vacunados con la tetravalente.			
10.46. Total de mujeres embarazadas empleadas (o dependientes de empleados).			
10.47. Total de mujeres embarazadas empleadas (o dependientes de empleados) en acompañamiento prenatal.			
10.48. Total de dependientes de 4 y 5 años de edad.			
10.49. Total de dependientes de 4 y 5 años de edad matriculados en jardín de niños.			

Entre asesores externos ó comisionistas	2007	2008	2009
10.50. Total de empleados hombres padres o responsables de niños de 0 a 5 años de edad.			
10.51. Total de empleadas responsables (madres o no) de niños de 0 a 5 años de edad.			
10.52. Total de empleadas cuyo último hijo recibió amamentación exclusiva hasta los 4 meses de edad.			
10.53. Total de empleadas que tuvieron horario flexible para amamantar al hijo hasta 6 meses de edad.			
10.54. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de mujeres empleadas.			
10.55. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de mujeres empleadas con menos de cuatro años de escolaridad.			
10.56. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de empleados hombres.			
10.57. Total de dependientes de 0 a 5 años hijos de empleados hombres con menos de cuatro años de escolaridad.			
10.58. Total de dependientes menores de 1 año de edad.			
10.59. Total de dependientes menores de 1 año de edad vacunados con la tetravalente.			
10.60. Total de mujeres embarazadas empleadas (o dependientes de empleados).			
10.61. Total de mujeres embarazadas empleadas (o dependientes de empleados) en acompañamiento prenatal.			
10.62. Total de dependientes de 4 y 5 años de edad.			
10.63. Total de dependientes de 4 y 5 años de edad matriculados en jardín de niños.			

Indicador 11. Valoración de la Diversidad¹⁶

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>Cumple 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>Etapa 1</p>	<p>Además de eso, promueve la diversidad por medio de normas escritas que prohíben prácticas discriminatorias negativas, regulando los procesos de selección, admisión y promoción y movilidad interna, orientando sobre el encaminamiento de posibles denuncias.</p> <p>Etapa 2</p>	<p>Además de poseer normas escritas y canales para posibles denuncias contra prácticas discriminatorias negativas, realiza entrenamiento específico sobre el tema y utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas y establecer estrategias de reclutamiento y promoción.</p> <p>Etapa 3</p>	<p>Extiende esas acciones a toda la cadena productiva y participa en foros de valoración de segmentos en desventaja.</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. (Justifique)</p>			

Informaciones Adicionales

	Sí	No
11.1. La política de valoración de la diversidad y no discriminación está en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.		
Esa política contempla explícitamente:		
11.2. la cuestión étnico-racial;		
11.3. la cuestión de género;		
11.4. la cuestión de edad;		
11.5. la cuestión religiosa;		
10.6. la cuestión de la orientación sexual;		
11.7. la cuestión del origen geográfico;		
11.8. la cuestión de la clase social;		
11.9. la cuestión de las personas con discapacidad;		
11.10. la cuestión de la apariencia física.		
11.11. En los procesos y herramientas de gestión de personas, la empresa incluye requisitos para monitorear la diversidad de sus cuadros y posibles desigualdades respecto a los segmentos arriba citados, entre otras situaciones.		

	Sí	No
11.12. De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan procedimientos formales para procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna y despido.		
11.13. En esa política se prevén claramente los mecanismos y canales formales para la presentación de denuncias, análisis y esclarecimiento de hechos que involucren posibles casos de discriminación.		
11.14. La empresa posee programa específico de contratación de personas con discapacidad y cumple rigurosamente la legislación de cantidad de plazas para ese público.		
11.15. De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover personas con discapacidad.		
11.16. La empresa promovió o está promoviendo las adaptaciones necesarias para la accesibilidad, conforme las legislaciones vigentes.		
11.17. De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan políticas para la contratación de personas con edad superior a 45 años.		
11.18. De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación resultan procedimientos específicos que abordan la cuestión del rango de edad de los empleados.		
11.19. La empresa procura evitar el despido de personas con edad superior a 45 años.		
11.20. De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación resultan políticas específicas de inclusión para pueblos originarios y minorías étnicas discriminadas.		

	2007	2008	2009
11.21. Porcentaje de personas con discapacidad en la empresa.			
11.22. Porcentaje de personas con discapacidad en cargos ejecutivos.			
11.23. Porcentaje de personas con discapacidad en cargos de coordinación y jefatura.			
11.24. Salario promedio mensual de personas con discapacidad.			
11.25. Salario promedio mensual de personas con discapacidad en cargos ejecutivos.			
11.26. Salario promedio mensual de personas con discapacidad en cargos de coordinación y jefatura.			
11.27. 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. Adopta procedimientos para que se cumplan también en forma rigurosa las legislaciones en sus contratos con empleados tercerizados.</p> <p>Etapa 1</p>	<p>Realiza censo interno periódico para evaluar sus procesos y Políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación a la equidad racial. Utiliza esas informaciones para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación, rever procesos y políticas etc.</p> <p>Etapa 2</p>	<p>Asume compromiso público de promover la equidad racial, expresada por medio de políticas formales de gestión de personas que prioricen la equidad y realización de acciones afirmativas como garantía de oportunidades iguales en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna.</p> <p>Etapa 3</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 De la comunidad de mismo objetivo, para concientizar a la sociedad sobre el tema.</p> <p>Etapa 4</p>
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)	

Informaciones Adicionales

	Sí	No
12.1. La política de promoción de la equidad y no discriminación racial es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.		
12.2. De esta política de promoción de la equidad, se derivan procedimientos específicos para mejorar la calificación y el desarrollo en la carrera de empleados de diversos orígenes étnicos o nacionales.		
12.3. La empresa realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión de sus empleados sobre la importancia de la equidad y no discriminación racial.		
12.4. La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar imágenes o situaciones que agredan la dignidad de empleados de diversos orígenes étnicos o nacionales.		

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 legislación del país¹⁷ 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 censo interno periódico para evaluar sus procesos, políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación a la equidad de género. Utiliza esa información para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación etc.</p>	<p>Assume un compromiso público de promover la equidad de género, expresada por políticas formales de gestión de las personas que garanticen oportunidades iguales para mujeres y hombres en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna. Realiza acciones afirmativas para garantizar oportunidades iguales de carrera y crecimiento de mujeres y hombres que trabajan en la empresa.</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</p>	<p>Etapa 2</p>	<p>Etapa 3</p>	<p>Etapa 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)</p>	

Informaciones Adicionales

	Sí	No
13.1. La política de promoción de la equidad de género es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.		
13.2. De ésta política de valoración de la diversidad y de no discriminación son derivados procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover a las mujeres.		
13.3. La política prohíbe expresamente la contratación, desvinculación o la promoción basadas en el estado civil o condición reproductiva.		
13.4. La política de promoción de la equidad de género es explícita en lo que se refiere a salarios y beneficios, seguridad social privada, acceso a entrenamientos y becas de estudios.		
13.5. Realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la valoración de la mujer.		
13.6. El plan de salud de la empresa tiene adaptaciones específicas para la prevención y cuidados de salud de la mujer.		
13.7. La empresa tiene metas de contratación, entrenamiento y movilidad interna (horizontal y vertical) para la promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas.		
13.8. La política de promoción de la equidad de género garantiza la participación femenina en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa.		

	Sí	No
13.9. La empresa promueve, cuando necesario, la adecuación de espacios de trabajos y equipos compatibles con las condiciones físicas de las mujeres.		
13.10. La política prohíbe expresamente actividades que puedan intimidar o apremiar a las mujeres en el ambiente laboral.		
13.11. La promoción de la equidad de género es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa.		
13.12. La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar la figura femenina estereotipada, que atente contra la dignidad de las mujeres.		
13.13. La política prohíbe expresamente la discriminación contra mujeres con problemas de salud, incluso las HIV positivas.		
13.14. La empresa tiene procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológico, moral, físico y sexual en el lugar de trabajo.		
13.15. La empresa promueve campañas de sensibilización de los hombres sobre la importancia de la división de tareas domésticas y sobre la paternidad responsable.		

	2007	2008	2009
13.16. Porcentaje de mujeres en relación al total de empleados.			
13.17. Porcentaje de mujeres en cargos ejecutivos en relación al total de cargos disponibles.			
13.18. Porcentaje de mujeres en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos disponibles.			
13.19. Salario promedio mensual de mujeres en cargos ejecutivos - en guaraníes.			
13.20. Salario promedio mensual de hombres en cargos ejecutivos - en guaraníes.			
13.21. Salario promedio mensual de hombres en cargos de coordinación y jefatura - en guaraníes.			
13.22. Salario promedio mensual de mujeres en cargos de coordinación y jefatura - guaraníes.			

Indicador 14 – Relaciones con Trabajadores Tercerizados

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

Mantiene relación contractual dentro de los parámetros legales.	Monitorea periódicamente el cumplimiento de los requisitos establecidos en la contratación, exigiendo que se hagan los ajustes que garanticen el correcto cumplimiento de la legislación.	Además de monitorear el cumplimiento de la legislación, negocia con sus proveedores para que proporcionen a sus empleados niveles salariales compatibles con el promedio de mercado.	Ofrece al trabajador tercerizado las mismas condiciones de salud y seguridad y acceso a prestaciones básicas que tienen los empleados regulares, como transporte, alimentación, guardería, ambulatorio etc.
Etapa 1	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. (Justifique)	

Informaciones Adicionales

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

	2007	2008	2009
14.5. Porcentaje de trabajadores tercerizados en relación al total de trabajadores de la empresa.			
Del universo de estos trabajadores tercerizados			
14.6. Porcentaje de mujeres en relación al total de trabajadores tercerizados.			
14.7. Porcentaje de personas con discapacidad.			
14.8. Porcentaje de personas mayores de 45 años.			
En este universo de trabajadores tercerizados			
14.9. Remuneración media mensual de las mujeres.			
14.10. Remuneración media mensual de los hombres.			

TRABAJO DECENTE¹⁸

Indicador 15. POLÍTICA DE REMUNERACIÓN, PRESTACIONES Y CARRERA

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

<p>Respetar 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 teniendo 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 teniendo en cuenta su capacidad futura de crecimiento y desarrollo de nuevas habilidades.</p>	<p>Trata a los empleados como socios, además de valorar competencias potenciales por medio de la remuneración y del desarrollo profesional, establece mecanismos para que sus representantes participen en la formulación de políticas de remuneración y prestaciones, desarrollo profesional y movilidad interna.</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.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)</p>	

Informaciones Adicionales

	Sí	No
15.1. El plan de cargos y salarios de la empresa es transparente y es abordado en su código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa		
15.2. La remuneración variable de la empresa representa menos del 20% (veinte por ciento) de la masa salarial.		
15.3. Cumple con las normas y procedimientos legales previstos en El Código Laboral		
La empresa:		
15.4. Posee políticas con metas para reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración pagada por la empresa (monitoreada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, incluyendo participación en los resultados y programa de bonificaciones).		
15.5. Efectuó en los últimos dos años, un aumento del menor salario de la empresa en relación al salario mínimo vigente.		
15.6. Realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y beneficios.		
15.7. Tiene un componente de participación en los resultados		
15.8. Cuenta con un manual de cargos y salarios		
15.9. Desarrolla actividades sociales en las cuales participan los colaboradores y sus familias.		
15.10. Realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los colaboradores.		
15.11. Realiza evaluaciones de desempeño en las cuales los superiores son evaluados por sus subordinados.		

El programa de reparto de utilidades de la empresa, en caso de que lo posea:	Sí	No
15.12. Se ha establecido por medio de negociación con la asociación de empleados o con el sindicato.		
El programa de bonificación de la empresa, en caso de que lo posea:		
15.13. Se ha establecido por medio de negociación con la asociación de empleados o con el sindicato.		
15.14. Ofrece a los empleados bonificaciones adicionales orientados por elementos de sustentabilidad, como éxitos a medio y largo plazo o el alcance de metas relacionadas al desempeño social y ambiental.		

	2007	2008	2009
15.15. Total anual de la masa salarial y beneficios - en guaraníes			
15.16. División del menor salario de la empresa por el salario mínimo vigente			
Respecto al programa de participación en los resultados de la empresa:			
15.17. Porcentaje de los valores distribuidos en relación a la masa salarial			
15.18. Porcentaje de empleados beneficiados			
Respecto al programa de bonificación de la empresa:			
15.19. Porcentaje de los valores distribuidos en relación a la masa salarial			
15.20. Porcentaje de empleados beneficiados			
15.21. Porcentaje de acciones de la empresa en poder de los empleados			

INDICADOR 16. Cuidados de Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo¹⁹

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>Etapa 1</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>Etapa 2</p>	<p>Además de eso, desarrolla campañas regulares de concienciación e investiga el nivel de satisfacción de los empleados en relación al tema, evidenciando áreas críticas.</p> <p>Etapa 3</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, los incluye en la planificación estratégica y los divulga ampliamente.</p> <p>Etapa 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)</p>	

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
16.1. Fue certificada por las normas SA8000 ²⁰ , BS 8800 ²¹ , OHSAS 18001 ²² o por norma equivalente.		
16.2. Ofrece un programa de prevención y tratamiento para dependencia de drogas y alcohol.		
16.3. Ofrece un programa específico para portadores de HIV/SIDA.		
16.4. Posee una política explícita de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos.		
16.5. Esa política prevé la no discriminación a los portadores de HIV/SIDA.		
16.6. Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral ²³ que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos.		
16.7. Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos.		
16.8. Promueve ejercicios físicos en el horario laboral.		
16.9. Promueve programa de combate al estrés para los empleados, especialmente para los que desempeñan funciones más estresantes (como operadores de call center, cajeros etc.)		
16.10. Posee programa de orientación alimentaria y nutricional.		
16.11. Posee una política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras.		
16.12. Posee una política de compensación de horas extras para todos los empleados, incluso gerentes y ejecutivos.		
16.13. Capacita anualmente en salud y seguridad.		
16.14. Existen beneficios adicionales en el área de la salud para los colaboradores y/o sus familiares.		
16.15. En el presupuesto anual se prevé un monto destinado a la prevención de salud y seguridad.		

	2007	2008	2009
16.16. Promedio de horas extras por empleado/año			
16.17. Promedio de accidentes laborales por empleado/año			
16.18. Porcentaje de los accidentes que resultaron en retiro temporal de empleados y/o de prestadores de servicio			
16.19. Porcentaje de los accidentes que resultaron en mutilación u otros daños a la integridad física de empleados y/o de prestadores de servicio, con retiro permanente del cargo.			
16.20. 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:

Promueve actividades de entrenamiento puntuales, con el foco centrado en el desempeño de tareas específicas.	Mantiene actividades sistemáticas de desarrollo y capacitación, con vistas al perfeccionamiento continuo de todo su personal.	Además de promover capacitación continua, ofrece becas de estudio o similares para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la empleabilidad de sus empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual.	En todos los niveles jerárquicos, promueve capacitación continua y ofrece becas de estudio o similares para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la empleabilidad de sus empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual.
<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. (Justifique)			

Informaciones Adicionales

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 primaria o enseñanza supletoria entre sus empleados, con metas y recursos definidos.		
17.3. Posee un programa de mapeo para identificación de competencias potenciales a ser desarrolladas.		
17.4. Contempla en sus políticas de desarrollo programas que promuevan la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización con los valores y principios individuales de sus empleados.		
17.5. Posee programas de orientación sobre el planeamiento de carreras con el afán de ayudar a los empleados a reflexionar sobre sus funciones e identificación de objetivos a largo plazo.		
17.6. Prevé espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos		
17.7. Considerando su papel social respecto a los pasantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal en sus respectivas áreas de estudio y con el debido acompañamiento.		
17.8. Al cerrar el periodo referente al programa de práctica laboral, trata de emplearlo(s) en la propia empresa y en caso de imposibilidad, le(s) confiere oportunidades en empresas u organizaciones aliadas.		
17.9. Prevé en el presupuesto anual un monto destinado a la capacitación de sus empleados.		

	2007	2008	2009
17.10. Cantidad de horas de desarrollo profesional por empleado/año.			
17.11. Porcentaje de facturación bruta invertida en desarrollo profesional y educación.			
17.12. Número total de analfabetos funcionales en la fuerza de trabajo.			
17.13. Porcentaje de mujeres analfabetas funcionales en la fuerza de trabajo.			
17.14. Porcentaje de mujeres con enseñanza primaria completa en la fuerza de trabajo.			
17.15. Porcentaje de mujeres con enseñanza secundaria completa en la fuerza de trabajo.			
17.16. Porcentaje de mujeres con enseñanza terciaria o técnica completa en la fuerza de trabajo.			
17.17. Porcentaje de mujeres con enseñanza universitaria completa en la fuerza de trabajo.			
17.18. Porcentaje de hombres analfabetos funcionales en la fuerza de trabajo.			
17.19. Porcentaje de hombres con enseñanza primaria completa en la fuerza de trabajo.			
17.20. Porcentaje de hombres con enseñanza secundaria completa en la fuerza de trabajo.			
17.21. Porcentaje de hombres con enseñanza terciaria o técnica completa en la fuerza de trabajo.			
17.22. Porcentaje de hombres con enseñanza universitaria completa en la fuerza de trabajo.			

Indicador 18. Conducta Frente a Despidos

Para conducir procesos de despidos, la empresa:

<p>Sigue rigurosamente las legislaciones vigentes y provee al empleado despedido orientaciones sobre procedimientos necesarios. En el caso de necesidad de reducción de personal, procura analizar las alternativas de contención (Ej.: busca en otras empresas la posibilidad de transferencia temporal de su excedente de empleados; reducción de carga horaria etc.) y reducción de gastos para evitar el despido en masa.</p> <p>Etapa 1</p>	<p>Adopta políticas y procesos de despido que permiten que se tomen decisiones basadas en evaluaciones por competencia técnica, psicológica y de conducta; que garanticen la impersonalidad de la decisión y el acceso a las informaciones que encaminaron el proceso, a fin 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>Etapa 2</p>	<p>Ofrece servicios de reinserción laboral y otorgamiento de prestaciones por tiempo determinado al trabajador despedido sin justa causa. En el caso de necesidad de despido en masa, realiza previamente un programa de retiro voluntario que mantiene las prestaciones por tiempo determinado, salario por antigüedad etc.</p> <p>Etapa 3</p>	<p>Además de eso, financia la recapacitación (mentoring, coaching etc.) de los colaboradores despedidos sin justa causa.</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. (Justifique)</p>			

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
18.1. Ha tenido reclamos laborales relacionados a despidos en los últimos tres años.		
18.2. Acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene políticas para minimización y mejoría de ese indicador.		
18.3. Busca establecer un diálogo estructurado con instancias del gobierno local, especialistas, ONGs y sindicatos u otras 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.		
18.4. Busca asociarse con organizaciones especializadas para desarrollar programas de capacitación y estímulo al emprendedurismo.		
18.5. Ante la necesidad de reducción de personal, prevé una comunicación dirigida a los empleados remanentes sobre las razones que orientaron las decisiones tomadas.		
18.6. La situación socioeconómica del empleado es considerada al momento de su despido.		

	2007	2008	2009
18.7. Número de empleados al final del periodo.			
18.8. Total del pasivo laboral al final del periodo.			
18.9. Total de demandas laborales abiertas final del periodo.			
18.10. Número del total de despidos en el periodo.			
18.11. Número del total de incorporaciones en el periodo.			
18.12. Porcentaje de desvinculados mayores de 45 años de edad en relación al número total de desvinculados.			

Indicador 19. Preparación para Jubilación

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

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

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
19.1. Ofrece un programa de seguridad social complementario a lo que establece la ley, a todos sus empleados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.2. Involucra a los familiares de los empleados en el proceso de preparación para la jubilación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.3. Participa en la elaboración de políticas públicas con focalización en tercera edad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.4. Participa o apoya programas y campañas públicas o privadas de valoración de las personas de la tercera edad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	2007	2008	2009
19.5. Número de empleados que participaron en el programa de preparación para jubilación.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
19.6. Número de líderes y jefaturas capacitadas sobre la cuestión del impacto emocional de la jubilación e importancia de la preparación del empleado.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

N O T A S

¹⁰ La Comisión Nacional para la Prevención y Erradicación del Trabajo Infantil y la Protección del Trabajo de los Adolescentes, fue creada por el decreto 18835/2002. Ver también Cod. Laboral, Cap. II, Sección I.

¹¹ Ver El Código Laboral, Título II, Cap. I.

¹² 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. Otra referencia es la Convención 183 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que está vigente desde 2002. Esa convención es una revisión de las convenciones anteriores de mismo tema (Convención 3 de 1919 y Convención 103 de 1952). Acceda al Portal de EMPRESAS POR LA INFANCIA, <http://www.empresasxlainfancia.org> para conocer lo que las empresas pueden hacer por los derechos de la infancia y la adolescencia.

¹³ Para más informaciones, conozca la Declaración Mundial sobre la Supervivencia, la Protección y el Desarrollo Infantil disponible en www.unicef.org/paraguay/spanish/index.html.

¹⁴ Según el UNICEF, las competencias familiares son “los conocimientos, saberes y habilidades sumados a la afectividad y a actitudes y prácticas de las familias que facilitan y promueven la supervivencia, el desarrollo, la protección y la participación de los niños hasta 6 años” Más informaciones en el sitio www.unicef.org/paraguay/spanish/html

¹⁵ Situación en el momento del levantamiento de datos

¹⁶ El artículo 46 de la Constitución Nacional establece que “Todos los habitantes de la República son iguales en dignidad y derechos. No se admiten discriminaciones. El Estado removerá los obstáculos e impedirá los factores que las mantengan o las propicien. Las protecciones que se establezcan sobre desigualdades injustas no serán consideradas como factores discriminatorios sino igualitarios.”

¹⁷ Para más información, Ver El Código Laboral, en sus Art. 230: Se prohíbe la discriminación salarial por razones de edad, sexo y otra. Art.121: Las mujeres menores de 18 años no pueden trabajar en ciertas empresas ni su jornada de trabajo exceder de 36 horas semanales. Art.127: Las mujeres mayores de 18 años no pueden trabajar en horario nocturno; y el Art. 46 de La Constitución Nacional, que prohíbe toda forma de discriminación.

¹⁸ “El trabajo decente resume las aspiraciones de los individuos en lo que concierne a sus vidas laborales, e implica oportunidades de obtener un trabajo productivo con una remuneración justa, seguridad en el lugar de trabajo y protección social para las familias, mejores perspectivas para el desarrollo personal y la integración social, libertad para que los individuos manifiesten sus preocupaciones, se organicen y participen en la toma de aquellas decisiones que afectan a sus vidas, así como la igualdad de oportunidades y de trato para mujeres y hombres”, de la página de la OIT, <http://www.ilo.org/public/spanish/decent.htm>

¹⁹ Para mayor información sobre las disposiciones legales sobre este tema, véase la Ley N° 213/93; el Código Sanitario Ley N° 836/80 en sus artículos relacionados al tema y las leyes N° 427/73 y 98/92. El reglamento General Técnico de Seguridad, Higiene y Medicina en El trabajo fue aprobado por el decreto 14.390/92.

²⁰ La Social Accountability 8000 (SA8000) es la primera norma orientada a la mejoría de las condiciones de trabajo, abarcando los principales derechos de los colaboradores (salud y seguridad, libertad de asociación, límite de jornada de trabajo, compensación, garantías contra el trabajo forzado, discriminación y trabajo infantil). Concede su aval por medio de auditores independientes. La norma sigue el estándar de la ISO 9000 y de la ISO 14000, lo que facilita su implementación por empresas que ya conocen ese sistema. Más informaciones en: www.cepaa.org.

²¹ Norma creada por British Standards Institution (BSI) sobre sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo. Más informaciones en: www.bsi-global.com/Small+Busines/Standards/Building/bs8800.xalter.

²² La OHSAS 18001 es una serie de normas de evaluación de salud y seguridad ocupacionales para sistemas de gestión de salud y seguridad. Su objetivo es auxiliar a las empresas en el control de los riesgos de salud y seguridad para los empleados. Su desarrollo fue una respuesta a la demanda por un estándar reconocido para evaluación y certificación. Más informaciones en www.ohsas-18001-occupational-health-and-safety.com/index.htm.

²³ Acoso moral “es la exposición de los colaboradores y trabajadoras a situaciones humillantes y apremiantes, repetitivas y prolongadas, durante la jornada de trabajo y en el ejercicio de sus funciones. Las más comunes se dan en las relaciones jerárquicas autoritarias y asimétricas, en las que predominan conductas negativas, relaciones deshumanas y no éticas de larga duración, de uno o más jefes, respecto a uno o más subordinados, desestabilizando la relación de la víctima con su ambiente laboral y la organización, forzándola a desistir del empleo”. Fuente: www.asediomoral.org.

Medio Ambiente

RESPONSABILIDAD CON LAS GENERACIONES FUTURAS

Indicador 20. Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental.

Indicador 21. Educación y Concientización Ambiental.

GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

Indicador 22. Gerenciamiento de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.

Indicador 23. Sustentabilidad de la Economía Forestal.

Indicador 24. Minimización de Entradas y Salidas de Insumos.

RESPONSABILIDAD CON LAS GENERACIONES FUTURAS

Indicador 20. Compromiso con el Mejoramiento 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 un tema transversal en su estructura organizativa y la incluye en la planificación estratégica.	Desarrolla nuevos negocios (o nuevos modelos para negocios ya existentes) teniendo en cuenta, desde la concepción, los principios y las oportunidades relacionadas a la sustentabilidad ambiental.
<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. (Justifique)	

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
20.1. Posee una política ambiental formal, de conocimiento de todos los empleados y que consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.		
20.2. Tiene una persona responsable por el área de medio ambiente que participa de sus decisiones estratégicas.		
20.3. Participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad.		
20.4. Contribuye para la preservación de la biodiversidad ²⁴ por medio de políticas específicas y/o proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados ²⁵ .		
20.5. Tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de explotación ilegal de recursos naturales (como madera, productos forestales no madereros, animales etc.) ²⁶		
20.6. Tiene procesos para mapeo y análisis sistémico para la mejoría de la calidad ambiental.		
20.7. Tiene establecido un sistema de retorno de envases, embalajes, productos obsoletos, etc. generado por los productos y/o servicios de la propia empresa.		

Indicador 21. Educación y Concienciación Ambiental

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

Desarrolla acciones de educación ambiental y entrenamiento de empleados sobre esa temática, puntualmente o como resultado de la presión externa (como exigencias del gobierno, crisis de suministro etc.).	Desarrolla sistemáticamente actividades de educación ambiental enfocadas en el público interno, poniendo a su disposición informaciones y promoviendo discusiones.	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.	Además de desarrollar campañas, la empresa apoya o participa de proyectos educacionales en asociación con organizaciones no gubernamentales y ambientalistas, ejerciendo liderazgo social en favor de esa causa.
Etapa 1 <input type="checkbox"/>	Etapa 2 <input type="checkbox"/>	Etapa 3 <input type="checkbox"/>	Etapa 4 <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)	

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
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 ²⁷ .		
21.3. Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de educación para el consumo consciente ²⁸ .		

GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

Indicador 22. Gerenciamiento de los Impactos sobre 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 ambiental²⁹ 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, destino de recursos, entrenamiento de empleados y auditoría.</p>	<p>Además de adoptar un 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 post-consumo.</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.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)</p>	

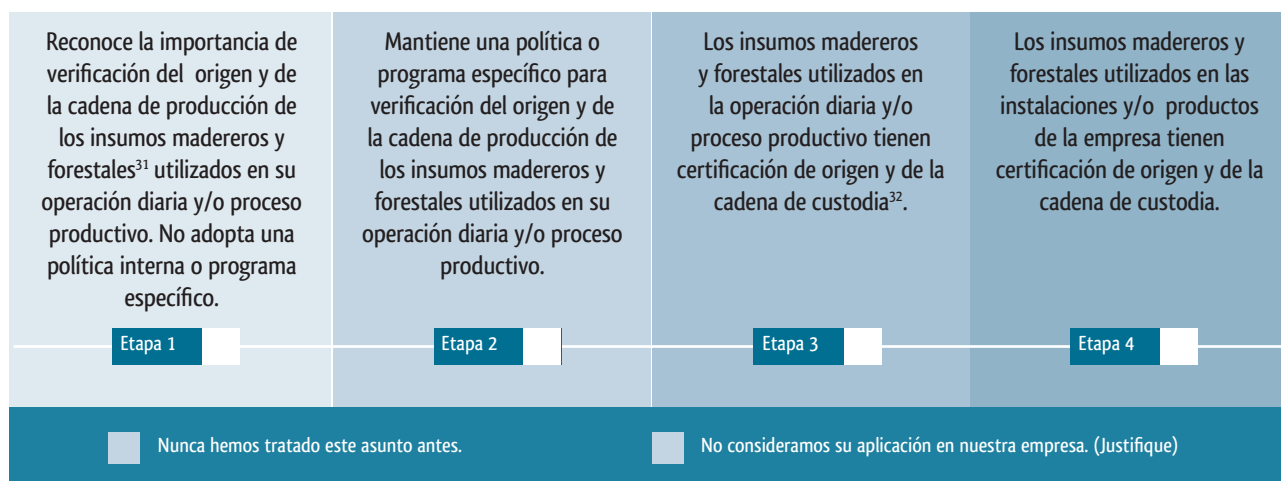
Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
22.1. Posee un plan de emergencia 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.		
22.2. Posee una política y 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 terceros que brinden servicios a la empresa).		
22.3. Posee un programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, para la recolección de materiales tóxicos y/o el reciclaje post-consumo.		
22.4. Brinda a sus consumidores y clientes informaciones detalladas sobre daños ambientales resultantes del uso y de la disposición final de sus productos.		
22.5. Debate con los empleados, consumidores y clientes, proveedores y la comunidad los impactos ambientales causados por sus productos o servicios.		
22.6. Posee certificaciones ambientales como ISO14001, el sello FSC, etc.		
22.7. Mide la cantidad de incidentes, denuncias y/o multas por violación de las normas de protección ambiental.		
22.8. Tiene como política atender quejas y/o denuncias referidas a la agresión al medio ambiente.		
22.9. Se registraron en la empresa incidentes, denuncias y/o multas por violación de las normas de protección ambiental.		
22.10. Realiza o ha realizado estudio para medir el impacto ambiental de sus procesos.		

	2007	2008	2009
22.11. Promedio de cantidad de incidentes, denuncias y/o multas por violación de las normas de protección ambiental.			
22.12. Total del pasivo ambiental al final del periodo.			

Indicador 23. Sustentabilidad de la Economía Forestal³⁰

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



Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
23.1. Realiza visitas programadas o eventualmente no programadas para realizar el monitoreo del origen o de la cadena de producción de los insumos directos e indirectos madereros y forestales que utiliza.		
23.2. Incentiva a sus proveedores a buscar la certificación forestal.		
23.3. Prioriza y apoya a los proveedores comprometidos con la sustentabilidad de los bosques		
23.4. Total de visitas programadas o no programadas realizadas para monitoreo del origen de sus insumos o cadena de custodia.		
23.5. Cantidad de productos forestales con origen verificado utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo.		
23.6. Cantidad 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 implantar procesos de destino adecuado de residuos, sin alterar su estándar tecnológico actual.	Invierte en la actualización de su estándar tecnológico, con vistas a reducir y/o sustituir recursos de entrada y la reutilización de residuos (por la misma empresa o por terceros).	Además de invertir en la reducción y en la reutilización de recursos, adopta un proceso para medir, monitorear y auditar periódicamente los aspectos ambientales significativos relacionados al consumo de recursos naturales y a la producción de residuos y desechos, estableciendo periódicamente nuevas metas.	Está cerca de alcanzar un alto nivel de sustentabilidad ambiental por medio de estrategias de reutilización y compensación ambiental que abarquen todo el sistema productivo.
Etapa 1 <input type="checkbox"/>	Etapa 2 <input type="checkbox"/>	Etapa 3 <input type="checkbox"/>	Etapa 4 <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.	<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)		

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
24.1. Posee iniciativas para el uso de fuentes de energía renovable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.2. Mantiene acciones de control de la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a su servicio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa posee un sistema de monitoreo para:		
24.3. El aumento de la eficiencia energética.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.4. La reducción del consumo de agua.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.5. La reducción de generación de residuos sólidos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.6. La reducción de emisión de CO2 y otros gases del efecto invernadero en la atmósfera.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El sistema de monitoreo incluye metas específicas para :		
24.7. El aumento de la eficiencia energética.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.8. La reducción del consumo de agua.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.9. La reducción de generación de residuos sólidos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.10. La reducción de emisión de CO2 y otros gases del efecto invernadero en la atmósfera.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	2007	2008	2009
24.11. Total invertido en programas y proyectos de mejoría ambiental – en guaraníes			
24.12.. Porcentaje de la facturación bruta destinada a programas y proyectos de mejoría ambiental			
24.13. Consumo anual de energía (en Kw/h.)			
24.14. Consumo anual de agua (en m3)			
24.15. Volumen promedio anual de CO2 y otros gases de efecto invernadero emitidos en la atmósfera (en toneladas)			
24.16. Cantidad anual (en toneladas) de residuos sólidos generados (basura, desechos, escombros etc.)			
Consumo anual de combustibles fósiles:			
24.17. gasolina/diesel (en litros)			
24.18. aceite combustible (en toneladas)			
24.19. gas – GLP/GN (en m3)			

N O T A S

²⁴ La Ley 253/93 aprueba el convenio sobre Diversidad Biológica, adoptado durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, celebrada en Río de Janeiro, Brasil.

²⁵ Ley 352/94, de Áreas Silvestres Protegidas. La Ley 583/76 aprueba y ratifica la Convención sobre el Comercio Internacional de especies amenazadas de fauna y flora silvestre. Para ver el listado de animales amenazados, visite el listado rojo de la organización The World Conservation Union en el sitio: <http://www.iucn.org>.

²⁶ La Ley Forestal, 422/73, en su Art. 1, manifiesta “Declarase de interés público el aprovechamiento y el manejo racional de los bosques y tierras forestales del país, así como también el de los recursos naturales renovables que se incluyan en el régimen de esta ley. Declárase asimismo, de interés público y obligatorio la protección, conservación, mejoramiento y acrecentamiento de los recursos forestales.”

²⁷ Según la Agenda 21 <http://www.mma.gov.br/port/se/agen21/cap21.html>, las 3 Rs: Reducción, Reutilización y Reciclaje son los pasos para que los individuos, instituciones y gobiernos, logren realmente minimizar la exploración de recursos naturales, el impacto ambiental de nuestra sociedad urbano-industrial sobre el medioambiente. La Reducción abarca la adopción de medidas para evitar el desecho de productos, que supone una disminución del propio uso, en el consumo y desperdicio de bienes. En último análisis, la reducción depende de una profunda revisión en los actuales estándares de producción y consumo. La Reutilización abarca las actividades que aprovechan productos antes de su desecho para reutilización directa (reverso de hojas de papel y de cascos, por ejemplo), restauraciones, repuestos de usados, artesanía con sobras etc. El Reciclaje es la recuperación de los materiales desechados, que modifican sus características físicas. El Reciclaje puede ser directo (pre consumo) cuando se reprocesan materiales desechados en la misma línea de producción, como virutas de papel, rebordes metálicos, etc., o indirecto (pos consumo), cuando se reprocesan materiales desechados como basura por sus usuarios.

²⁸ Sobre el consumo consciente, cualquier organización, en sus elecciones cotidianas, puede ayudar a construir una sociedad más sostenible y justa. Ya sea por la forma como consume los recursos naturales, los productos y servicios, o bien por la elección de las empresas proveedoras de las cuales compra a raíz de su responsabilidad social. Para saber más sobre el consumo consciente, acceda al sitio del Instituto Akatu pelo Consumo Consciente: <http://www.akatu.net>.

²⁹ Ley 294/93, de Evaluación del Impacto Ambiental.

³⁰ El 13 de diciembre de 2004 el Congreso paraguayo aprobó la Ley N° 2524 “De prohibición en la Región Oriental de las Actividades de Transformación y Conversión de Superficies con Cobertura Boscosa”. La misma fue conocida posteriormente como la Ley de Deforestación Cero. Esta Ley menciona que su objetivo principal es “propiciar la protección, recuperación y el mejoramiento del bosque nativo en la Región Oriental” por lo cual, a partir de la fecha de promulgación de la presente Ley y por un periodo de dos años, queda “prohibida la emisión de permisos; licencias, autorizaciones y/o cualquier documento jurídicamente válido, que ampare la transformación o conversión de superficies con cobertura de bosques nativos, a superficies destinadas a aprovechamiento agropecuario en cualquiera de sus modalidades; o a superficies destinadas a asentamientos humanos”. Otras leyes relacionadas a la preservación de recursos naturales son la 253/93; 352/94 y 422/73.

³¹ Una organización consiente de su papel en la cadena de consumo y producción, y principalmente de su poder de cambiar la actual situación de exploraciones ilegales y predatorias de los bosques y de la distribución desigual e injusta de las riquezas obtenidas por la exploración de la biodiversidad (un bien común, o sea de toda la humanidad) y de la apropiación de conocimientos y de prácticas tradicionales podrá, por medio de su liderazgo, ayudar en la conservación forestal, de la biodiversidad y actuar de forma a distribuir de manera equitativa la riqueza obtenida por su utilización. Ejemplos de productos provenientes de los bosques utilizados en la operación diaria o en la producción: celulosa de papel, embalajes, maderas para muebles, lápices, pisos, madera para construcciones civiles, entre otros. Además de estos productos también existen los no madereros, como aceites, hierbas y frutos utilizados en la fabricación de diversos productos como medicamentos, alimentos, cosméticos, etc. (IARSE)

³² 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. El sello orienta al consumidor consiente a optar por un producto que no degrada el medio ambiente y contribuye para el desarrollo social y económico. También orienta al comprador del comercio mayorista o minorista a elegir un producto diferenciado y con valor añadido, capaz de conquistar un público más exigente y abrir, en esta forma, nuevos mercados. Más informaciones en www.fsc.org.br.

Proveedores

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ALIANZA CON PROVEEDORES

Indicador 25. Criterios de Selección y
Evaluación de Proveedores.

Indicador 26. Trabajo Infantil en la Cadena
Productiva.

Indicador 27. Trabajo Forzado (o Análogo al
Esclavo) en la Cadena Productiva.

Indicador 28. Apoyo al Desarrollo de
Proveedores.

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN 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>Etapa 1</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>Etapa 2</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>Etapa 3</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 4</p>
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)	

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
25.1. Incluye las políticas y criterios para las relaciones con los proveedores en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.		
25.2. Incluye en sus políticas de relacionamiento con proveedores la cancelación de contratos por conductas no éticas de éstos.		
25.3. Incluye en sus políticas de relacionamiento con proveedores el rechazo de contratos cuando considere que los mismos ó las empresas contratantes podrían ser éticamente incorrectas.		
25.4. 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.		
25.5. Posee una política explícita o programa específico de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores.		
25.6. Produce un informe periódico con evidencias de que se están cumpliendo e implementando las cuestiones relacionadas a la responsabilidad social empresarial en su cadena productiva.		
25.7. Debate cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores, buscando la capacitación y adecuación de los mismos a sus criterios.		
25.8. Prioriza la contratación de proveedores que comprobadamente tengan practicas de Responsabilidad Social Empresarial		
25.9. Establece un plazo formal para que sus proveedores se adecuen a sus criterios de responsabilidad social.		

	Sí	No
25.10. Al exigir prácticas de responsabilidad social de sus proveedores, realiza visitas para verificar el cumplimiento de esas prácticas.		
25.11. Conoce en profundidad el origen de las materias primas, insumos y productos utilizados en su producción o en las operaciones diarias y tiene la garantía de que en esos orígenes se respetan los derechos humanos y el medio ambiente.		
25.12. Adopta criterios de compra que consideren la garantía de origen para evitar la adquisición de productos "piratas", falsificados o frutos de robo de carga.		

	2007	2008	2009
25.13. Porcentaje del total de proveedores que han recibido visita de inspección de prácticas de responsabilidad social.			
25.14. Entrenamientos, cursos, conferencias o reuniones sobre prácticas de responsabilidad social ofrecidas a los proveedores.			
25.15. Total de proveedores.			
25.16. Total pagado por bienes, materiales y servicios adquiridos en el periodo.			

Indicador 26. Trabajo Infantil en la Cadena Productiva³³

En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

<p>Posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo infantil, discute la cuestión con los proveedores y los estimula a cumplir con la legislación.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de discutir este tema, posee una cláusula específica relativa a la prohibición del trabajo infantil en sus contratos con los proveedores.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de poseer esa cláusula, verifica su cumplimiento periódicamente y realiza campañas de concienciación para todos los proveedores y asume públicamente la postura de rechazo a la mano de obra infantil.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Articula programas y actividades para erradicar el trabajo infantil en forma general, asociada a organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 4 <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. (Justifique)</p>	

Informaciones Adicionales

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

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

Indicador 27. Trabajo Forzado en la Cadena Productiva³⁴

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 a los proveedores el cumplimiento de la legislación.</p> <p>Etapa 1 <input type="checkbox"/></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>Etapa 2 <input type="checkbox"/></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 su postura de rechazo al trabajo forzado.</p> <p>Etapa 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Articula programas y actividades que tienen el afán de erradicar el trabajo forzado de forma general, junto con los aliados de las organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.</p> <p>Etapa 4 <input type="checkbox"/></p>
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)	

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
27.1. Tiene como práctica el procedimiento periódico de evaluación, verificación, pedido de informes de evaluación y acompañamiento de sus proveedores, exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra forzada.		
27.2. Antes de comprar o contratar un proveedor, trata de verificar si cumple con la legislación laboral vigente y si su nombre está sancionado en el Ministerio del Trabajo.		

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

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>Etapa 1</p>	<p>Contribuye para la mejoría del estándar gerencial de los proveedores, al colocar a disposición informaciones y al promover actividades conjuntas de entrenamiento.</p> <p>Etapa 2</p>	<p>Además de contribuir a la mejoría gerencial de los proveedores, mantiene con ellos relaciones comerciales duraderas y utiliza criterios de negociación que contemplan su crecimiento futuro.</p> <p>Etapa 3</p>	<p>Además de contribuir para el crecimiento de sus proveedores de igual o menor porte, estimula y facilita su involucramiento en proyectos sociales y ambientales.</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. (Justifique)</p>			

Informaciones Adicionales

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 y organizaciones con proyectos de generación de renta para grupos usualmente excluidos (poblaciones nativas, personas con discapacidad etc.).		
28.2. Apoya a organizaciones que practican y promueven el Comercio Justo ³⁵ .		
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 cualificación y de traspaso de tecnologías etc.).		
28.4. Estimula la formación de redes o cooperativas de proveedores, ayudándolos a adecuarse a nuevos modelos de suministro.		
28.5. Tiene una política de compras que privilegien a proveedores con certificación socio ambiental ³⁶ (como son las SA8000 ³⁷ , ISO 14000 ³⁸ , FLO ³⁹ , etc.)		
28.6. Tiene mecanismos formales que permiten transferir a la cadena de proveedores sus valores y principios, tales como buenas condiciones de trabajo, ausencia de mano de obra infantil y forzada (o análoga a la mano de obra esclava), protección al medio ambiente, equidad de género, transparencia, participación y rendimiento de cuentas.		
28.7. Posee la figura del ‘defensor’ de proveedores o función similar para asegurar una relación de alianza con ellos.		
28.8. Posee un plan anual de consulta de satisfacción con los proveedores.		

N O T A S

³³ 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. Fuente: <http://www.oit.org.pe>.

³⁴ 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”. Para más informaciones sobre el tema, acceda a <http://www.oit.org.pe>.

³⁵ “Comercio Justo” es la expresión utilizada para identificar el movimiento internacional Fair Trade, que, además de justo, es un comercio ético y solidario, basado en principios como la erradicación del trabajo infantil y del trabajo esclavo, la eliminación de las discriminaciones relativas a raza, género, religión y la preservación de la salud de las personas y del medio ambiente.

³⁶ Para iniciar un proceso de gestión de proveedores según los principios de la RSE, debe la empresa tener su cartera de proveedores organizada. Lo que suele ocurrir es que las empresas que ya tienen algún trabajo en ese sentido, empiezan con los proveedores que ofrecen más riesgos, los que son considerados críticos para el negocio. También se puede iniciar el proceso por compras esporádicas, como regalos promocionales, por ejemplo.

³⁷ Social Accountability 8000 (SA8000) es la primera norma orientada a la mejoría de las condiciones laborales. Abarca los principales derechos de los colaboradores (salud y seguridad, libertad de asociación, límite de horas de trabajo, compensación y garantías contra el trabajo forzado, la discriminación y el trabajo infantil) y certifica su cumplimiento por medio de auditores independientes. La norma sigue el estándar ISO 9000 e ISO 14000, lo que facilita su implementación por empresas que ya conocen ese sistema. Más informaciones en www.cepaa.org.

³⁸ La norma ISO 14000 presenta una serie de estándares que auxilian a la empresa a establecer e implementar un sistema de gestión ambiental y provee los requisitos que se han de considerar a efectos de auditoría y certificación. La norma ISO 14000, con base en métodos y análisis, busca garantizar que un determinado agente productor de bienes o servicios utilice procesos de gestión y procedimientos específicos para reducir las posibilidades de ocurrencia de daños ambientales. Más informaciones en www.iso.org/iso/en/iso9000-14000/iso14000/iso14000index.html.

³⁹ FLO (Fair Trade Labelling Organizations) es una organización internacional de certificación de productos de comercio justo.

Consumidores y Clientes

DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

Indicador 29. Política de Comunicación Comercial.

Indicador 30. Excelencia en la Atención.

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

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 consumidor⁴⁰. Focaliza sus estrategias de comunicación en los objetivos relacionados a volumen de ventas y resultados financieros.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 1 <input type="checkbox"/></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 style="text-align: center;">Etapa 2 <input type="checkbox"/></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 la sociedad, para contribuir al desarrollo sostenible.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 3 <input type="checkbox"/></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> <p style="text-align: center;">Etapa 4 <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. (Justifique)</p>	

Informaciones Adicionales

	Sí	No
29.1. La política de comunicación comercial consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.		
La empresa:		
29.2. Actualiza siempre que es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, prospectos, 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.		
29.3. Llama la atención del cliente/consumidor por alteraciones en las características de sus productos o servicios (composición, aspecto, calidad, plazos, peso, precio etc.).		
29.4. Tiene una política formal contra la publicidad que coloque a los niños, adolescentes, representantes de minorías étnicas, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, denigrante, irrespetuosa o de riesgo.		
29.5. Realiza un análisis previo de las piezas publicitarias para verificar la coherencia con sus valores y principios.		
29.6. Posee políticas específicas para asegurar que la comunicación volcada al público infante juvenil sea responsable ⁴¹ .		
29.7. Interactúa con sus proveedores y distribuidores estimulándolos a adoptar una postura responsable respecto a la comunicación volcada al público infante juvenil.		
29.8. Realiza previo análisis de piezas publicitarias para verificar su conformidad con la Declaración Universal de los Derechos Humanos.		

	Sí	No
29.9. Ha tenido en los últimos tres años, alguna campaña o pieza de comunicación que haya sido objeto de reclamo de clientes, proveedores, de la competencia o del gobierno.		
29.10. Ha tenido en los últimos tres años, alguna campaña o piezas publicitarias retiradas del aire o apartadas por presión de organizaciones de la sociedad civil organizada.		

Indicador 30. Excelencia de la Atención

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

Posee un servicio de atención básica receptivo, ampliamente divulgado, centrado en la información y en la solución de demandas individuales.	Proporciona al consumidor/cliente, fácil acceso al servicio de su interés, registra y comunica internamente sus requerimientos, resolviendo rápida e individualmente las demandas y lo orienta sobre los procedimientos adoptados.	Además de registrar los requerimientos y resolver rápidamente los reclamos, posee procesos que incluyen la búsqueda de las causas de los problemas y la utilización de esas informaciones para perfeccionar la calidad de los productos y servicios.	Promueve la mejora continua de su atención, priorizando el diálogo y el compromiso de los grupos de interés en el proceso.
<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. (Justifique)	

Informaciones Adicionales

	Sí	No
30.1. La política y las normas de relaciones con clientes y consumidores consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.		
La empresa:		
30.2. Tiene un defensor del consumidor o función similar.		
30.3. Ofrece 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.		
30.4. Promueve la capacitación continua de sus profesionales de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor.		
30.5. Entrena e incentiva a sus profesionales de atención al público a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas.		
30.6. Advierte continuamente a sus profesionales de atención al cliente y áreas correlativas sobre la importancia de procedimientos éticos en la obtención, manutención y uso de las informaciones de carácter privado resultantes de la interacción con sus consumidores, clientes o usuarios.		
30.7. Evalúa el servicio de atención a consumidores/clientes por indicadores y esto se utiliza en los procesos de toma de decisión de la empresa.		

	Sí	No
30.8. Al vender productos y servicios, utiliza sólo argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente.		
30.9. Tiene política explícita de no soborno para obtener la decisión de compra de productos o contratación de servicios.		
30.10. Posee una política formal de protección de la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario.		
30.11. Informa al cliente el propósito de la solicitud de informaciones personales antes de hacerlas.		
30.12. Solicita al cliente sólo las informaciones personales relevantes y nada además de los objetivos para los cuales declara ser necesarias.		
30.13. Provee informaciones del cliente a terceros sólo mediante su autorización.		
30.14. Posee una política que le permite al consumidor, cliente o usuario, incluir, alterar y excluir datos del banco de información de la empresa.		
30.15. Implementa un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes.		
30.16. Comparte con sus colaboradores empresa la opinión de sus clientes.		
30.17. La empresa evalúa anualmente el número de reclamaciones.		

	2007	2008	2009
30.18. Ventas líquidas.			
30.19. Total de consumidores o clientes.			
30.20. Total de llamadas atendidas por el SAC.			
30.21. Porcentaje de reclamos en relación al total de llamadas recibidas por el SAC.			
30.22. Porcentaje de reclamos no atendidos por el SAC.			
30.23. Tiempo promedio de espera en el teléfono del SAC hasta el inicio de la atención (en minutos)			
30.24. Cantidad de innovaciones implementadas a raíz de la interferencia del defensor y/o 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 servicios⁴², la empresa:

<p>Realiza esporádicamente estudios e investigaciones técnicas sobre daños potenciales de sus productos y servicios para los consumidores/clientes.</p> <p>Etapa 1</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>Etapa 2</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>Etapa 3</p>	<p>Considera, además, los valores y principios de la empresa, el desarrollo sostenible y la ética⁴³ como dimensiones importantes en la concepción, reformulación, fabricación y venta de sus productos y/o servicios.</p> <p>Etapa 4</p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.</p> <p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)</p>			

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
31.1. Mantiene un programa especial focalizado en la salud y seguridad del consumidor/cliente sobre sus productos y servicios.		
31.2. Posee sistemas internos ágiles y capacita a su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis.		
31.3. Ha sido, en los últimos tres años, demandada por el incumplimiento de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente.		
31.4. Ha tenido, en los últimos cinco años, productos retirados del mercado por presión de clientes/consumidores u órganos de defensa.		
31.5. Tiene servicios/productos prohibidos en otros países y todavía comercializados en Paraguay o exportados.		
Respecto a violaciones del Código de Defensa del Consumidor, la empresa:		
31.6. Tuvo productos multados por el incumplimiento de reglamento sobre la información y rotulado.		
31.7. Existe transparencia en la información al público consumidor de los posibles riesgos de los productos o servicios que ofrece la empresa (uso irresponsable o excesivo, etc.).		
31.8. Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece.		
Respecto a violaciones del Código de Defensa del Consumidor:		
31.9. Total de demandas administrativas (Ministerio de Industria y Comercio)		
31.10. Total de demandas judiciales (civiles y criminales) recibidas.		

NOTAS

⁴⁰ La Ley N° 1.334/98 “De Defensa del Consumidor y del Usuario” garantiza los siguientes derechos básicos del consumidor: derecho a elegir, derecho a la seguridad, derecho a la información, derecho a ser indemnizado, derecho a asociarse, derecho a recibir servicios públicos eficientes, derecho al cumplimiento de lo ofertado

⁴¹ Según el Instituto Alana, responsable del proyecto Criança & Consumo (Niño & Consumo) www.criancaeconsumo.org.br, la exposición excesiva a la televisión en Brasil, más acentuada entre la población de baja renta, debido a la restringida oferta de recreo, puede generar los siguientes problemas entre el público infante juvenil: obesidad, anorexia y bulimia, sexualización precoz, consumo precoz de alcohol, desgaste en las relaciones familiares, comportamiento agresivo debido a la frustración con el bajo poder adquisitivo, poco estímulo al desarrollo de la creatividad, banalización del consumo y falta de vínculo con los objetos personales y estímulo al consumismo”. Revista Adiante de mayo de 2006.

⁴² 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.

⁴³ Nos estamos refiriendo al principio kantiano de sólo hacer a los demás aquello que se harían a sí mismos.

Comunidad

RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL

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

Indicador 33. Relaciones con Organizaciones Locales.

ACCIÓN SOCIAL

Indicador 34. Financiamiento de la Acción Social.

Indicador 35. Involucración 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:

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

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
32.1. Reconoce la comunidad en que está presente como parte interesada importante en sus procesos decisorios.		
32.2. Posee políticas de relaciones con la comunidad de entorno, contempladas en su código de conducta y/o en la declaración de valores.		
32.3. Participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y de la búsqueda de soluciones.		
32.4. Contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que puedan ser usufructuadas por la comunidad (vivienda, carreteras, puentes, escuelas, hospitales etc.).		
32.5. Tiene un programa para emplear, en las respectivas actividades y en la medida de lo posible, el mayor número de personas del lugar, dándoles formación, con el objetivo de aumentar los niveles de cualificación de la comunidad, en cooperación con sindicatos u otras asociaciones de colaboradores, ONGs, representantes de la comunidad o autoridades públicas competentes.		
32.6. Tiene prácticas de compras y de inversiones para perfeccionar el desarrollo socioeconómico de la comunidad en que está presente.		
32.7. Concientiza y capacita a sus empleados para que respeten los valores, conocimiento y prácticas tradicionales de la comunidad donde actúa.		
32.8. Posee indicadores para monitorear los impactos causados por sus actividades en la comunidad de entorno.		
32.9. En caso de que actúe en regiones que lindan con comunidades y reservas indígenas, la empresa posee políticas, procedimientos y normas formales para valorar y preservar el patrimonio cultural, humano y conocimientos y prácticas tradicionales de las poblaciones nativas.		

En los últimos tres años, ha recibido la empresa reclamos o manifestaciones de la comunidad (petitorios, peticiones con muchas firmas, protestas) por los motivos listados a continuación:	Sí	No
32.10. Exceso de basura, generación de mal olor, efluentes y otras formas de contaminación (sonora, visual etc.).		
32.11. Exceso de tráfico de vehículos, causando ruido y trastornos.		
32.12. Interferencia en sistemas de comunicación.		
32.13. Alteraciones sociales negativas ocasionadas por sus actividades/instalaciones.		
32.14. Otros motivos.		

Indicador 33. Relaciones con Organizaciones Locales

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

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

Informaciones Adicionales

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

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 un director o gerente, en respuesta a solicitudes externas.</p> <p>Etapa 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Fondos definidos en un presupuesto anual, administrados con transparencia por un comité o grupo de trabajo, conforme a criterios preestablecidos.</p> <p>Etapa 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Programa social estructurado o inversión social privada⁴⁴, administrada por un equipo especializado, con dotación presupuestaria estable y con público, metas y estrategias definidos.</p> <p>Etapa 3 <input type="checkbox"/></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>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. (Justifique)</p>			

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
34.1. Incluye a la acción social y a sus responsables en el proceso general de planificación estratégica.		
34.2. Posee mecanismos para estimular proveedores, accionistas y otras partes interesadas a hacer donaciones.		
34.3. Utiliza especialistas en el ciclo de planificación, monitoreo y evaluación de su acción social.		
34.4. Planea su acción social buscando maximizar su impacto a largo plazo		
34.5. Optimiza el impacto ⁴⁵ de su acción social fomentando recursos de otras empresas u organizaciones privadas y/o la participación de órganos públicos.		
34.6. Tiene procedimiento de consulta periódica a los beneficiarios de su acción social, monitoreándola por medio de indicadores de desempeño.		

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. (Justifique)	

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
35.1. Utiliza los incentivos fiscales para deducir o descontar de los impuestos los valores relativos a donaciones y patrocinios.		
35.2. Divulga internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y estimulando la participación de los empleados.		
35.3. Autoriza el uso controlado de horas pagas para el trabajo voluntario de los empleados.		
Respecto al gerenciamiento de la acción social, la empresa:		
35.4. 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 del área temática en que actúa.		
35.5. Para las acciones/programas de apoyo a la comunidad que realiza la empresa, se consulta a los colaboradores.		
35.6. Posee un programa de voluntariado empresarial.		
35.7. Los directivos y gerentes de la empresa participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias.		
35.8. La empresa procura involucrar a sus proveedores en programas y/o acciones de apoyo comunitario.		

	2007	2008	2009
35.9. Porcentaje de la facturación bruta destinada a la acción social (no incluya obligaciones legales, tampoco tributos o prestaciones vinculados a la condición de empleado de la empresa)			
35.10. Del total destinado a la acción social, porcentaje del total destinado a donaciones en productos y servicios.			
35.11. Del total destinado a la acción social, porcentaje del total destinado a donaciones en especie.			
35.12. Del total destinado a la acción social, porcentaje del total destinado a inversiones en proyecto social propio.			
35.13. Del total destinado a la acción social, porcentaje del total destinado a la publicidad en general.			
35.14. Porcentaje de empleados que realizan trabajo voluntario en la comunidad.			
35.15. Cantidad promedio de horas mensuales donadas (liberadas del horario laboral) por la empresa para trabajo voluntario de empleados.			

N O T A S

⁴⁴ 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.

⁴⁵ Impacto Social: es la transformación de la realidad de una comunidad o región a partir de una acción planeada, monitoreada y evaluada. Sólo es posible dimensionar el impacto social cuando la evaluación de resultados detecte que el proyecto efectivamente produjo los resultados que pretendía alcanzar y llegó a afectar la característica de la realidad que se dispuso transformar (IARSE).

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:

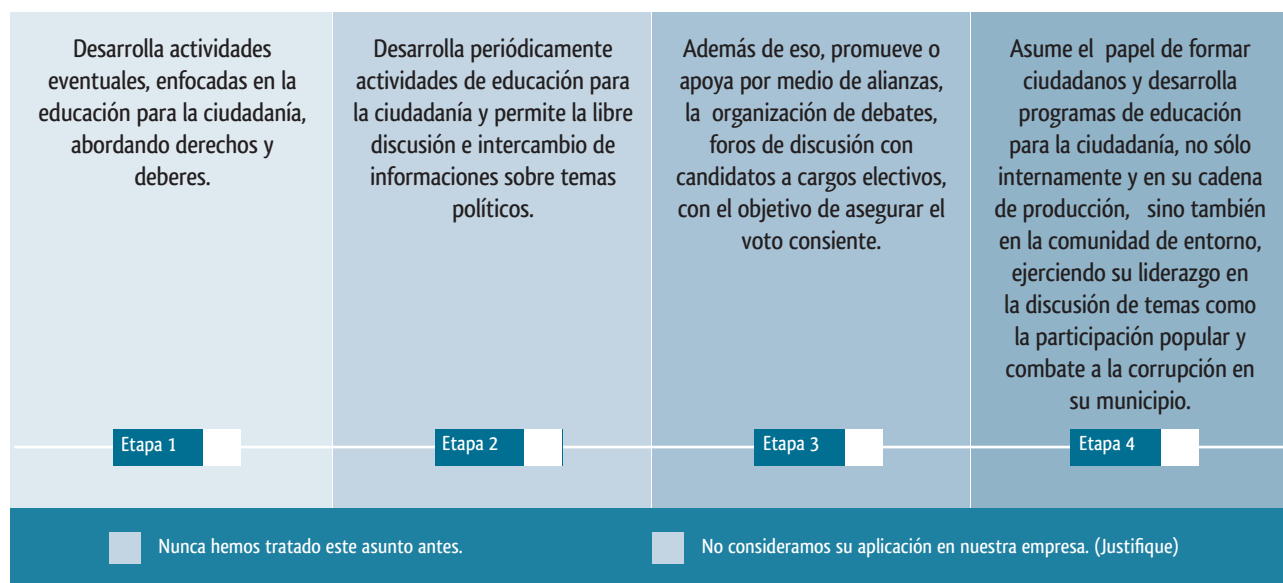
<p>Cuando financia, lo hace limitando la decisión a los miembros de la alta directiva, dentro de los parámetros establecidos por la legislación.</p>	<p>Cuando financia, se fundamenta en reglas y criterios definidos internamente, permitiendo al público interno el acceso a las informaciones sobre la decisión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

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
36.1. En los últimos cinco años, la empresa y/o sus directivos fueron mencionados negativamente en la prensa por contribuir financieramente para campañas políticas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36.2. La empresa tiene norma explícita de no utilización del poder económico para influenciar en las contribuciones que pudieran hacer otras empresas, proveedores, distribuidores y otros aliados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Indicador 37. Construcción de la Ciudadanía⁴⁶ por las Empresas

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



Informaciones Adicionales

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 con el objetivo de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, salud o infraestructura.		
37.3. Establece convenios con organismos públicos con el objetivo de promover la erradicación del trabajo infantil ó el trabajo forzado; incentivar la generación de empleos, seguridad alimenticia, etc.		
37.4. Desarrolla actividades eventuales de capacitación para sus empleados, enfocadas en la educación cívica, abordando derechos y deberes.		

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 favorecer directa o indirectamente a 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). Mantiene procedimientos formales de control, castigo y auditoría, en caso de ocurrencia.</p>	<p>Seguros de que la erradicación de las prácticas ilegales, inmorales y anti éticas también dependen de la divulgación, facilitación o educación, la empresa busca 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>
<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. (Justifique)	

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
38.1. La empresa posee políticas y/o procedimientos de control y sanción ante posibles prácticas corruptas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38.2. Prevé medidas punitivas a los colaboradores y empleados involucrados en favorecimiento a agentes del poder público.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38.3. Posee una política explícita de no apoyo y no participación en procesos que tienen por objetivo la manipulación de edictos de la competencia (públicos o privados).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa, sus directivos y/o colaboradores:		
38.4. Han sido mencionados en la prensa en los últimos cinco años bajo sospecha de haber participado en algún incidente que involucre el ofrecimiento de coima o la práctica de corrupción de agentes públicos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

LIDERAZGO SOCIAL

Indicador 39. Liderazgo e Influencia Social

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

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

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
39.1. Patrocina o realiza campañas de medios exclusivamente relacionadas a cuestiones de interés público.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39.2. Interactúa activamente con instituciones de enseñanza de todos los niveles para la elaboración de propuestas para mejoría de la cualificación de la mano de obra del sector en el que actúa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39.3. Estimula y patrocina proyectos de desarrollo de investigación y tecnología, interactuando activamente con la comunidad académica y científica.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39.4. Promueve legislaciones o iniciativas que favorezcan el desarrollo del país/mercado/empresariado/sociedad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39.5. Ofrece apoyo a instituciones educativas locales, impulsando y sosteniendo procesos de transferencia tecnológica a escuelas primarias y secundarias y se colabora con su equipamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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 poder 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.
Etapa 1 <input type="checkbox"/>	Etapa 2 <input type="checkbox"/>	Etapa 3 <input type="checkbox"/>	Etapa 4 <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)	

Informaciones Adicionales

La empresa:	Sí	No
40.1. Adopta o desarrolla alianza con organismos públicos 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. Patrocina programas públicos o privados de becas escolares.		
40.3. Articula y coordina alianzas en los programas en los cuales participa.		
40.4. Concientiza a sus empleados sobre la importancia de participar en las administraciones gubernamentales y fiscalizarlas.		
40.5. Procura participar de organizaciones que integren empresarios y utiliza ese espacio para actualizarse y discutir con otras empresas sus dificultades, necesidades y formas de movilización en busca de mejores condiciones para los negocios y también de mejores condiciones para la comunidad.		

NOTAS

⁴⁶ Según el jurista Dalmo Dallari, en su libro *Dereitos Humanos e Cidadania*, “La ciudadanía expresa un conjunto de derechos que le da a la persona la posibilidad de participar activamente en la vida y en el gobierno de su pueblo. Quienes no tienen ciudadanía están marginados o excluidos de la vida social y de la toma de decisiones, en una posición de inferioridad en el grupo social”.

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. Presentamos, a modo de ejemplo, un guión con anotaciones.

INDICADORES (Fecha de aplicación)

Coordinador General: Nombre del Coordinador General

Facilitador: Nombre del facilitador

Equipo: Nombres de los integrantes del equipo de autoevaluación

Tema: Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo

Indicador: Compromisos Éticos

Etapa 1

Etapa 2

Etapa 3

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique)

Comentarios/percepciones:

Riesgos verificados:

Oportunidades a potenciar:

Meta para la próxima aplicación:

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

Herramientas o fuentes de información a investigar:

Que se puede hacer al respecto a este indicador:

Inmediatamente:

Tras obtener mejor información:

Tras la aplicación:

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

Partes interesadas:

Procesos internos:

Perfeccionamiento continuo:

