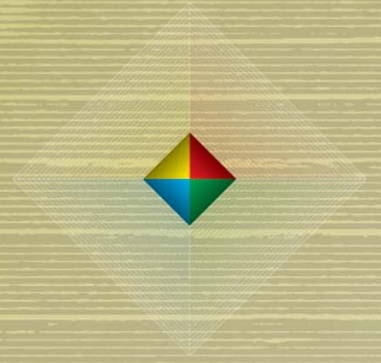


Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial 2006



INSTITUTO
ETHOS



Indicadores Ethos **de Responsabilidad Social** **Empresarial**

2006

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL

BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial 2006

Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial es una publicación del Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, repartida sin costo entre sus asociados.

Realización

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

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

05414-020 – São Paulo, SP

Tel.: (11) 3897-2400

Fax: (11) 3897-2424

E-mail: atendimento@ethos.org.br

Visite nuestro sitio: www.ethos.org.br

Investigación y Desarrollo (versión original)

Instituto Ethos: Valdemar de Oliveira Neto y Vivian Smith

Consultores: José Edson Bacellar Jr. y Paulo Knörich, Fundação Dom Cabral y Pact

Revisión 2006

Coordinadores: Gláucia Terreo, Renato Moya y Ana Lúcia de Melo Custódio

Amadeu Martire, John Butcher, Mauricio Mirra, Caio Magri, Hania Ribeiro, Paulo Itacarambi, Gustavo Baraldi, Yara Ortega, Benjamin Gonçalves, Leno F. Silva,

Ricardo Young, Oded Grajew, Tarcila Reis

Captación de Recursos

Maria Cristina Bumachar y Luciana Aguiar

Producción Gráfica

Planeta Terra Design

Agradecimientos

Reinaldo Bulgarelli (Txai), Manuel Buvinich, Lúcio Gonçalves, Halim Girade, Flávio Franco e Cenise Monte Vicente (Unicef), Andréia Carmargo Marques Postal (Amarques & Associados), Beat Grüninger (BSD Ltda), Carlos Eduardo Lessa Brandão (IBGC), Marcia Vaz (O Boticário), Carmen Weingrill (FGV CES), Ernst Ligteringen (GRI), Helio Santos y Moises de Freitas Cunha (IBD) Roberta Cardoso, Luiz Macedo, Vandrezza Freiria y el Grupo de Trabalho de Desenvolvimento de Indicadores Setoriais para Empresas Varejistas (FGV CEV), Fernanda Gabriela Borger, Ricardo Revoredo, Fábio Lisauskas y Carolina Chaad (FIPE), Helio Zylberstein (FEA USP), Homero Santos (Fractalis), Sheila Saraiva y Daniela de Melo Custódio

Apoyo

BID - FUMIN

Patrocinio

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

Todos los derechos reservados.

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

Junio de 2006

Aclaraciones importantes sobre las actividades del Instituto Ethos

1. El trabajo de orientación a las empresas es voluntario, sin que haya ninguna cobranza o remuneración.
2. No hacemos consultoría y no habilitamos ni autorizamos a profesionales a ofrecer ningún tipo de servicio en nuestro nombre.
3. No somos una entidad certificadora de responsabilidad social ni suministramos un "sello" con esa función.
4. No permitimos que ninguna entidad o empresa (asociada o no) use la logomarca del Instituto Ethos sin nuestro consentimiento previo y con la expresa autorización por escrito.

Para aclarar dudas o consultarnos sobre las actividades del Instituto Ethos, entre en contacto con nosotros, por favor, por el servicio "Hable con Nosotros", del sitio www.ethos.org.br

Presentación

Los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial representan un esfuerzo del Instituto Ethos de ofrecer a las empresas una herramienta que las auxilie en el proceso de profundización de su comprometimiento con la responsabilidad social y con el desarrollo sustentable¹. Estructurado en forma de cuestionario con tópicos relevantes para una gestión que, de hecho, contribuya al desarrollo socioambiental, los Indicadores son un excelente instrumento de concienciación, aprendizaje y monitoreo de la responsabilidad social empresarial (RSE).

Se estructuró la disposición en cuadros contiguos para auxiliar a la empresa también en la planificación de acciones: representan una escala evolutiva de parámetros de políticas y acciones que puede la empresa utilizar como referencia o inspiración para sus propias políticas y acciones.

Trecho del informe en el que se comparan las calificaciones de la empresa con el promedio del grupo de benchmarking y con los promedios de todas las empresas que respondieron a los indicadores.

Se tratarán los datos provistos con máxima **confidencialidad**², así como los informes de diagnóstico elaborados por el Instituto Ethos, y no serán utilizados para ningún otro fin. Las compañías que consideren haber alcanzado el grado más elevado respecto a alguno de los indicadores serán invitadas a relatar sus prácticas al Ethos, que las divulgará en el Banco de Prácticas del sitio del Instituto Ethos (www.ethos.org.br) y por otros medios en que sea pertinente la referencia a la empresa.

Aunque se trate de una herramienta de uso esencialmente interno, hemos registrado experiencias interesantes de utilización de los Indicadores Ethos como una herramienta auxiliar en la gestión de proveedores. La motivación de esas empresas es la gestión de riesgos y oportunidades, así como fortalecer su comprometimiento con el movimiento de responsabilidad social empresarial y el desarrollo sustentable.

La versión 2006 fue revisada y actualizada con base en la experiencia de esas aplicaciones y con la colaboración de diversos aliados que nos han provisto una visión externa al Ethos sobre los temas abordados. Se introdujeron aspectos nuevos, como el IDI-E – Índice de Desarrollo Infantil Empresarial, que aborda, desde el punto de vista empresarial, los aspectos que han de mejorar los indicadores de calidad de vida y derechos de los niños.

La importancia de garantizar el derecho al desarrollo infantil

Los primeros años de vida son fundamentales para el individuo y para la sociedad como un todo. Es consenso entre los especialistas que los primeros años de vida se caracterizan por un rápido y significativo desarrollo físico y mental que son los cimientos de las capacidades cognitivas y emocionales futuras. Por tanto, se trata de proteger a cada niño, desde su formación y desarrollo aún en el útero materno, durante la gestación, por medio de prenatal adecuado y de calidad*. Además de eso, es necesario garantizarle al niño el cuidado y afecto, el acta de nacimiento, el amamantamiento materno exclusivo hasta los seis meses de edad, la inmunización completa para la edad, el acceso a los servicios de salud, guarderías y jardín de niños. Garantizarle al niño el derecho de jugar, de la participación de los padres y de la familia en su vida y de recibir protección contra accidentes domésticos y abusos.

Los servicios de educación infantil asumen un papel importante y deben proporcionar, en complementación a la acción de la familia, condiciones adecuadas de desarrollo físico, emocional, cognitivo y social del niño. La educación en esa etapa inicial del ciclo de vida no es sólo un derecho de ciudadanía, sino es esencial para que se les asegure una vida digna a todos los niños brasileños. La garantía del derecho a la educación en guarderías y jardín de niños públicos de calidad es uno de los aspectos más importantes para que se construya una sociedad más igualitaria.

No se puede tratar de niños y adolescentes de la misma forma que el individuo adulto. Invertir en la niñez es la alternativa para romper el ciclo vicioso de la pobreza y promover el desarrollo social y económico del País. Eso supone garantizar los derechos a la supervivencia (acceso a servicios de calidad), al desarrollo (cuidado y educación infantil), a la educación y protección, con inversiones de recursos humanos y financieros, con prioridad absoluta, conforme lo establecido en el artículo 227 de la Constitución Federal brasileña, a partir de la adopción de políticas públicas integradas, de las cuales son responsables el gobierno, la familia, el sector privado y la sociedad civil organizada.

Se pretende que el IDI-E – Índice de Desarrollo Infantil Empresarial, que representa la unión de esfuerzos entre el Ethos y Unicef, coloque en la pauta de las empresas formas concretas de contribuir para el desarrollo de los hijos de sus empleados y, en esa forma, avanzar hacia el alcance de los Objetivos del Milenio. El contenido del IDI-E y su monitoreo van a señalar el proceso de desarrollo de políticas y programas dirigidos al desarrollo infantil y evaluar los resultados en la vida de los niños, además de identificar las buenas prácticas y lecciones útiles a todas las empresas.

El garantizar los derechos del niño significa asegurar el crecimiento y desarrollo de seres humanos ciudadanos, responsables, seguros, con mayor escolaridad, mayores sueldos, estatus social y menos violentos.

>>>

Llevando en cuenta las grandes dificultades de las empresas de avanzar en este tema, se reforzó el aspecto de la diversidad. Así hemos insertado nuevas cuestiones de profundidad abordando el comprometimiento de las empresas con a equidad racial y otro para la equidad de género.

Se revisó la cuestión relativa al diálogo con las partes involucradas, con base en el aprendizaje con algunas compañías que avanzaron en el tema. El aspecto central de esa cuestión está en el empoderamiento de las partes involucradas como estrategia para el éxito del negocio. Ese concepto también se inserta en varios otros indicadores dispuestos en el cuestionario.

Procuramos avanzar también en el tema Consumidores y Clientes sugiriendo a las empresas como tema la cuestión de la utilización de su poder para la creación de estándares positivos de consumo y comportamientos. No hubo adición de nuevos indicadores en ese tema. Sin embargo, se los revisó conceptualmente.

El poder de transformación intrínseco a las empresas como agentes económicos fue también abordado en la cuestión del combate a la corrupción en el ejercicio de la ciudadanía, en calidad de integrante de la colectividad y, por tanto, constitucionalmente, agente del desarrollo sustentable; como contribuyente; en la condición de proveedor o adquiriente de bienes o servicios para o del gobierno; como postulante a, o en el ejercicio de concesión, autorización o permiso, o de vínculo equivalente con el gobierno; o en cualquier otra condición o con cualquier otro objetivo.

El objetivo del Instituto Ethos con tales abordajes es mostrar que, por medio de un cambio de postura y la decisión por la ética en todas las relaciones, la compañía puede ayudar a preservar los recursos ambientales y culturales, además de contribuir con la creación de un ambiente social saludable para las generaciones presentes y futuras.

**Un niño entre 3 y 4 años de edad, ya desarrolló gran parte de su potencial cerebral. Por este motivo es fundamental que la familia fortalezca sus competencias en la protección y atención a la supervivencia, desarrollo, protección y participación de sus niños.*

Organización del Cuestionario

El cuestionario de los Indicadores Ethos está organizado en siete temas:

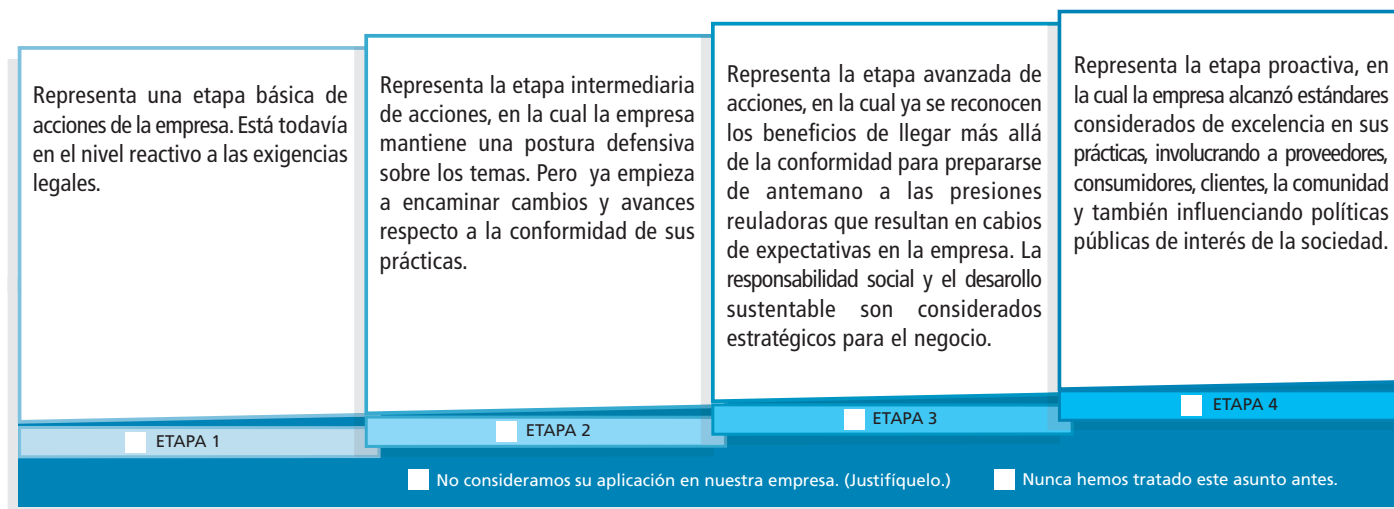
Valores, Transparencia y Gobernanza
Público Interno
Medio Ambiente
Proveedores
Consumidores y Clientes
Comunidad
Gobierno y Sociedad

Cada uno de esos rubros se divide en un conjunto de indicadores, cuya finalidad es plantear cómo puede la empresa mejorar su desempeño en los temas correspondientes desde distintas perspectivas.

Estructura de los Indicadores

Cada uno de los indicadores está formado por los siguientes tipos de cuestiones: de profundidad, binarias y cuantitativas.

Cuestiones de Profundidad (o Indicadores de Profundidad) – Este tipo de indicador permite evaluar la etapa actual de gestión de la empresa. Está representado por cuatro cuadros contiguos presentando etapas de determinada práctica, cuyo nivel de desempeño evoluye de la primera a la cuarta etapa, lo que le permite a la empresa ubicarse fácilmente en la escala. Estas cuatro etapas evolucionan de la izquierda a la derecha, con la siguiente interpretación:



Al llenar, elija sólo una de las cuatro etapas. Se debe optar por la que más se acerca de la realidad de la empresa. En esta evaluación, se debe considerar que cada etapa presupone el cumplimiento del nivel anterior.

En caso de que ninguno de los cuadros corresponda a la realidad de la compañía, se debe señalar uno de los siguientes motivos:

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

Al señalar la segunda opción, la compañía debe presentar una justificativa en el espacio reservado para comentarios. Al elegir esa alternativa, automáticamente se consideran no aplicables las informaciones adicionales correspondientes.

Cuestiones Binarias (o Indicadores Binarios) –

El segundo tipo de indicadores se compone de cuestiones binarias (sí o no) y cualifican la respuesta elegida en los Indicadores de Profundidad. Contiene elementos de validación y profundización de la etapa de responsabilidad social identificada por la empresa y contribuye para la comprensión de las prácticas que deben incorporarse a la gestión de los negocios.

Se deben llenar obligatoriamente los indicadores binarios, excepto en los casos en que el indicador de profundidad correspondiente no sea aplicable a la realidad de la compañía respondedora.

Cuestiones Cuantitativas (o Indicadores

Cuantitativos) – El tercer tipo de indicadores propone el relevamiento sistemático de datos (se pueden evaluarlos según series anuales y cruzarlos con otros datos). No todos los indicadores presentan datos cuantitativos, sin embargo, para los que los presentan, se deben mostrarlos en forma precisa, pues serán útiles principalmente en el monitoreo interno de la empresa.

La ausencia de datos en esos indicadores no influye en el desempeño final de la empresa en su Informe de Diagnóstico. Sin embargo, note que el monitoreo de esos números va a contribuir mucho a la consistencia de la planificación de mejoras propuestas por medio de los Indicadores Ethos.

ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO

Tema

Subtema

Indicador

Enunciado

Público Interno

RESPECTO AL INDIVIDUO

Indicador 12 — Compromiso de la empresa con la equidad y no discriminación racial²⁵

Considerando los hechos históricos en la formación de nuestra sociedad, las desventajas históricas y persistentes que caracterizan la situación de la población negra (negros y pardos), la compañía:

Sigue rigurosamente la legislación en vigor que prohíbe la discriminación racial en el mundo laboral y se declara internamente contra cualquier tipo de prejuicio respecto a todas las partes involucradas. Adopta procedimientos para que se cumplan también en forma rigurosa las legislaciones en sus contratos con empleados tercerizados.

Realiza censo interno periódico para evaluar sus procesos políticos, 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 etc.

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 para negros (negros y pardos)

Además de mantener programas de desarrollo profesional, *coaching* y/o *mentoring* volcados a empleados negros (negros y pardos), estimula la promoción de la igualdad racial en toda su cadena productiva e invierte en programas de la comunidad de mismo objetivo, para concienciar la sociedad sobre el tema

ETAPA 1

ETAPA 2

ETAPA 3

ETAPA 4

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

Indicadores del Profundidade

Etapas

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. ¿resultan de esa política de promoción de la equidad racial procedimientos específicos para mejorar la calificación y el desarrollo en la carrera de empleados negros (negros y pardos)?	☐	☐
12.3. ¿es la política de promoción de la equidad y no discriminación racial explícita en lo que se refiere a salarios y prestaciones, seguridad social privada, acceso a entrenamientos y becas de estudios?	☐	☐
12.4. ¿realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la equidad y no discriminación racial?	☐	☐
12.5. ¿tiene la empresa metas de admisión, promoción y entrenamiento para promoción de la equidad racial en todos los niveles jerárquicos y en todas las áreas?	☐	☐
12.6. ¿garantiza la política de promoción de la equidad racial la participación de negros (negros y pardos) en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa?	☐	☐
12.7. ¿es la promoción de la equidad racial una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa?	☐	☐
12.8. ¿la política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar figuras estereotipadas o que agreden la dignidad de los negros (negros y pardos)?	☐	☐

Indicadores Binarios

	2004	2005	2006
12.9. Porcentual de negros (negros y pardos) en relación al total de los empleados:			
12.10. Porcentual de mujeres negras (negras y pardas) en relación al total de mujeres en la empresa:			
12.11. Porcentual de mujeres negras (negras y pardas) en cargos ejecutivos en relación al total de cargos ejecutivos disponibles:			
12.12. Porcentual de mujeres negras (negras y pardas) en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos de coordinación y jefatura disponibles:			

Indicadores Cuantitativos

32

8

Esa 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 con los indicadores binarios y cuantitativos, directrices para el establecimiento de metas de perfeccionamiento en el universo de cada tema.

Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro y Pequeñas Empresas

En 2003, con el objetivo de incentivar y contribuir para que la RSE se incorporase al universo de las micro y pequeñas empresas, el Instituto Ethos y el SEBRAE, Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas, desarrollaron dos publicaciones: Ferramenta de Auto-Avaliação e Planejamento – Indicadores Ethos-Sebrae para Micro e Pequenas Empresas y Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo. Esas publicaciones forman un conjunto de herramientas de gestión que le facilitan al micro y al pequeño empresario el diagnóstico y la implementación de ese proceso. Tales herramientas están disponibles para download gratis en el sitio www.ethos.org.br

Software "Indicadores Ethos-Sebrae"

Al hacer la revisión de las Herramientas de Gestión Empresarial 2006, el Instituto Ethos, además de revisar el contenido de la publicación Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas, buscó desarrollar un software de llenado de los Indicadores Ethos de RSE. Ese nuevo software tiene como objeto ayudar a las micro y pequeñas empresas en la respuesta de los Indicadores Ethos-Sebrae en el formato electrónico y emite un informe personalizado semejante al de los Indicadores Ethos.

Indicadores Ethos Sectoriales

Con el objetivo de proveer a las compañías la posibilidad de un autodiagnóstico más preciso y profundizado, el Instituto Ethos viene desarrollando indicadores específicos, que abarcan dilemas y peculiaridades de cada sector empresarial. Esos indicadores son complementarios a los Indicadores Ethos de RSE generales y posibilitan a la compañía evaluar las oportunidades y desafíos típicos de su sector de actuación. Para mayor legitimidad y compromiso de las empresas en ese trabajo, el Instituto Ethos procura realizarlo en alianza con entidades que representan nacionalmente los sectores.

Los sectores ya contemplados con indicadores propios son el de distribución de energía, en 1999; el de panificación y restaurantes y bares, en 2002; el financiero, el de minería y de papel y celulosa, en 2003; los sectores de transporte terrestre de pasajeros, de petróleo y gas y de la construcción civil y menudeo en general, en 2005. Para el año 2006 se estima desarrollar los indicadores de los sectores de siderurgia y azúcar y alcohol.

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

Las empresas y entidades empresariales de los demás sectores que tengan interés en desarrollar indicadores propios deben contactar el Instituto Ethos, por la dirección indicadores@ethos.org.br.

Instrucciones de llenado de los Indicadores

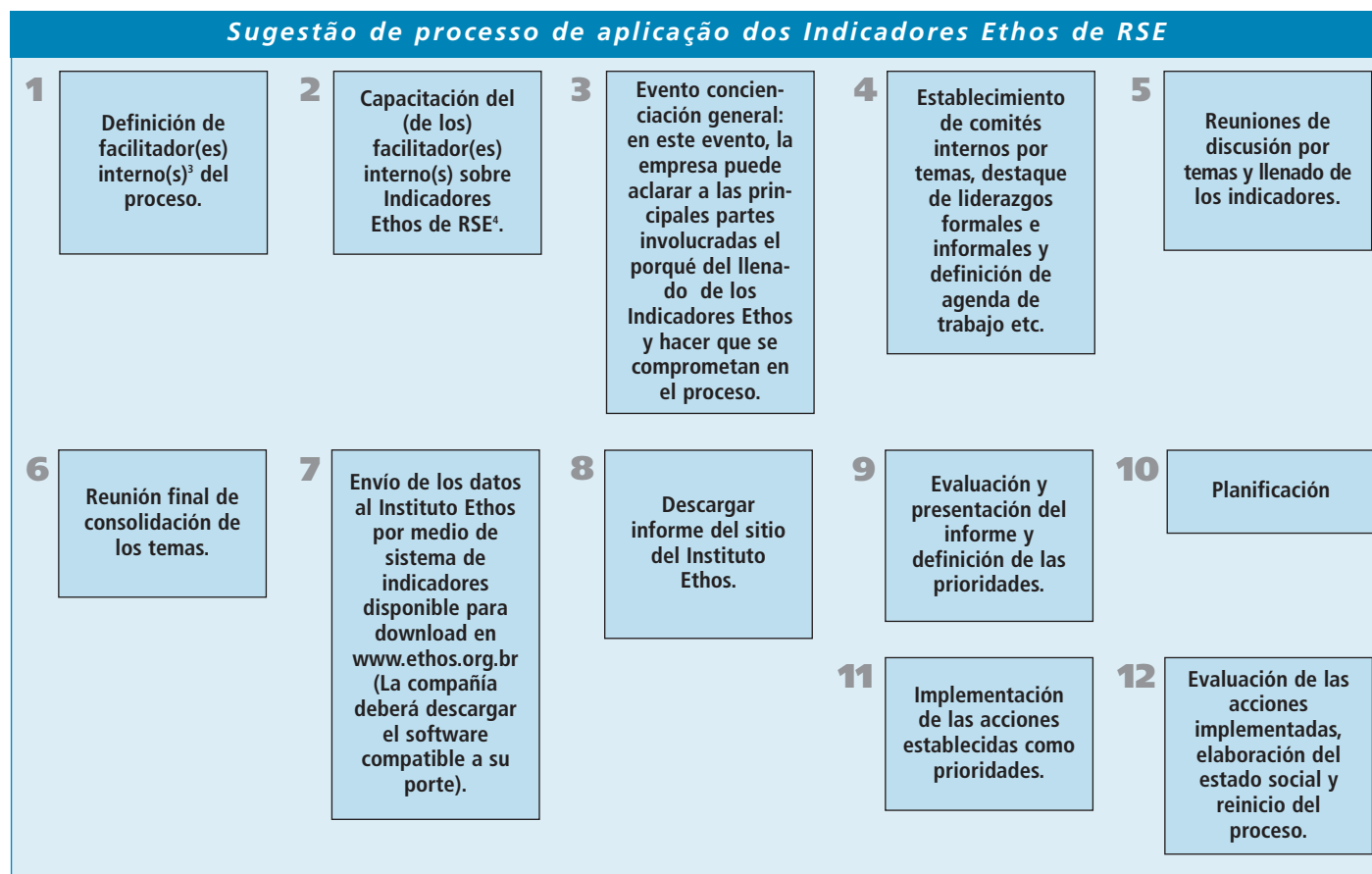
Se debe encarar la movilización de profesionales de la empresa para responder los Indicadores Ethos de RSE como el comienzo de un proceso de autodiagnóstico que, aunado a la misión y estrategia general de la empresa, permitirá identificar aspectos de la gestión que necesitan acompañamiento detallado, nuevas metas y profesionales atentos al foco. Tales metas deben incluirse preferencialmente en la planificación siguiente.

Se hará hincapié en un aspecto de ese proceso: la importancia del diálogo con representantes de los públicos con los cuales se relaciona la empresa – sus partes involucradas (stakeholders) – para evaluar los impactos de sus acciones, buscar soluciones y definir metas.

Se recomienda en esta fase de llenado observar las siguientes premisas:

- Cada unidad de negocios debe responder su propio cuestionario.
- Se aconseja a la compañía que señale a un coordinador para centralizar y sistematizar las informaciones y facilitar, así, el diálogo interno.
- Debido al alcance de los temas, el proceso de llenado debe involucrar varias áreas de la compañía. Cuanto más personas participen en el proceso de llenado y cuanto más diversificados sean los niveles jerárquicos y los departamentos a los cuales pertenezcan, más grande será la representatividad de las respuestas y más profunda la reflexión interna, lo que garantiza un mejor autodiagnóstico.
- Es muy importante que la alta directiva de la compañía acompañe el proceso y conozca los resultados.

La operacionalización del llenado podrá seguir los siguientes pasos:



Envío de las respuestas y recepción del Informe de Diagnóstico

El Instituto Ethos desarrolló un software por medio de cual la compañía podrá responder al cuestionario en el ritmo que le sea conveniente y enviar sus respuestas por la Internet directamente a nuestro sistema de procesamiento. Para lograrlo, la compañía debe acceder al área exclusiva de los Indicadores Ethos de RSE, en el sitio del Instituto Ethos y descargar el archivo ejecutable Indicadores Ethos de RSE – 2006.

El cuestionario de los Indicadores para Micro y Pequeñas Empresas y los cuestionarios de los Indicadores Sectoriales también están disponibles, tal como se instruye en el sitio.

Cómo descargar el software de los Indicadores Ethos

Acceda al sitio www.ethos.org.br

- En el menú principal, a la izquierda de la pantalla, pulse en "Indicadores Ethos".
- Usted entrará en la pantalla de presentación de los Indicadores Ethos.
- Pulse en "Acesse o site dos Indicadores Ethos" en la parte inferior de la pantalla.
- Usted entrará a la página de los Indicadores Ethos.
- Pulse en la opción "Download", que está en los menús de la izquierda y de la derecha de la pantalla.
- Usted entrará a la pantalla donde está el software de los Indicadores Ethos 2006 y su versión PDF y las versiones anteriores de los Indicadores.
- Pulse en "Preenchimento e envio via internet (arquivo executável): Indicadores Ethos de RSE – 2006" para hacer el download en su computadora (descargar el software compatible al porte de la empresa).
- Atención: no confunda el software con el archivo PDF de los Indicadores 2006, que es un archivo sólo para impresión y lectura del cuestionario y que está en la parte inferior del enlace de descarga del software.

- Llene y envíe sus respuestas según las instrucciones del propio software.

Tras el llenado y el envío del cuestionario, el Informe de Diagnóstico de RSE estará disponible en el área restringida de la empresa a partir de la fecha que divulgará el Instituto Ethos.

Banco de Prácticas

A partir de la etapa del proceso de aplicación de los Indicadores Ethos de RSE, se invitan a las organizaciones que consideran haber alcanzado el escalón más elevado respecto a algún de los indicadores, para que relaten sus prácticas para componer el Banco de Prácticas Benchmarking Indicadores Ethos de RSE, centro virtual de referencia en responsabilidad social empresarial. Es un proceso que ya se utiliza en los Indicadores Ethos de RSE y que ahora se aplicará también a los Indicadores Ethos-Sebrae de RSE.

El objetivo del Banco de Prácticas es estimular el intercambio de ideas y experiencias en forma sistemática y actualizada por medio de ejemplos de cómo manejan las empresas los distintos aspectos de la responsabilidad social empresarial. Aconsejamos a las empresas, principalmente las iniciantes en ese proceso, a consultar esas prácticas para fortalecer el ejercicio de reflexión y adaptarlas a sus realidades.

Glosario de Conceptos y Definiciones

Está disponible al final de la publicación, un glosario de conceptos y definiciones con el objetivo de aclarar los términos más relevantes para la comprensión de las cuestiones presentadas en cada indicador, facilitando, en esa forma, el llenado del cuestionario.

Informes consolidados

Los informes consolidados de versiones anteriores con notas generales por tema, porte, región etc estarán disponibles en el sitio de los Indicadores Ethos en www.ethos.org.br

Correlaciones con herramientas e iniciativas relevantes:

El principal objeto de mostrar la correlación de los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social con iniciativas relevantes como el Pacto Global, las Metas del Milenio, con las directrices para Informes de Sustentabilidad del GRI (Global Reporting Initiative) y con la Norma SA8000 es facilitarles a los gestores la utilización integrada de las sinergias existentes.

Como ejemplo, podemos mencionar el trabajo infantil, tema que, por su magnitud, está presente en casi todas las iniciativas. También está presente en diversos indicadores en la

herramienta 2006. Al reflejar y responder esas cuestiones, creando procesos o políticas internas sobre ese tema, la empresa da un importante paso para cumplir el requisito 1 de la norma SA8000 y de la directriz HR6 del GRI 2002.

Se revelan las correlaciones a las empresas según sus respuestas en el momento en que reciben el informe diagnóstico y son objeto de estudio constante del equipo de los Indicadores Ethos. Esperamos que tales estudios puedan señalar caminos seguros hacia una gestión que de hecho contribuya para el desarrollo sustentable, con la administración eficaz de los riesgos inherentes al negocio y de las oportunidades que este movimiento aporta.

El ejemplo señala el trecho del informe donde están las correlaciones de los Indicadores Ethos con las directrices para informes de sustentabilidad de GRI (Global Reporting Initiative).

La GRI fue lanzada en 1997 como una iniciativa conjunta de la organización no-gubernamental Ceres (Coalition for Environmentally Responsible Economics) y del Pnuma (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente), con el objetivo de mejorar la calidad, el rigor y la aplicabilidad de los informes de sustentabilidad. Apesar de la diversidad de los modelos de informes de sustentabilidad y balance social, el modelo GRI viene cobrando cada vez más importancia, llegando a ser considerado el estándar internacional de informe.

Comparativo – GRI		
4. Considerando sus impactos sobre distintos grupos de la sociedad, la compañía:	Estabelece mecanismos de diálogo con diversas partes interesadas en los negocios de la empresa y practica una gestión de transparencia de estrategias y resultados.	Corresponde al rubro 3.10 de la GRI.
5.1.	No	Corresponde a directriz SO6 de la GRI
6.1.	Si	Corresponde al rubro 2.21 de la GRI
6.6.	Si	Corresponde al rubro 2.22 de la GRI
6.9.	Si	Corresponde al rubro 2.20 de la GRI
6.10.	Si	Corresponde al rubro 2.20 de la GRI

Contáctenos

Para obtener informaciones específicas sobre los Indicadores Ethos de RSE, contacte al Instituto Ethos por la dirección indicadores@ethos.org.br

NOTAS

1 Desarrollo sustentable es el que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de que las futuras generaciones satisfagan sus propias necesidades. (Fuente: Comisión Brundtland – www.brundtlandnet.com/brundtlandreport.htm)

2 Se trata de un concepto que alerta para el cuidado con la exploración irracional de los recursos naturales, con los derechos humanos, con el rescate de la ciudadanía y con el acceso al consumo de bienes y servicios. Aunque sean los Indicadores Ethos frecuentemente utilizados por otras organizaciones como criterio para premiación de empresas y elaboración de rankings, el Instituto Ethos no participa en esos procesos de evaluación. Tampoco provee los datos recibidos de las empresas.

3 Se entiende por facilitador interno la (s) persona (s) que está en el momento más relacionada (s) al tema y que tenga(n) una visión integrada de las áreas de la empresa y, finalmente, que tenga (n) facilidad para recoger y sistematizar datos e interpretarlos en la gestión estratégica de la empresa. El Instituto Ethos aconseja que el proceso involucre sólo los participantes internos para legitimar la reflexión que propician los Indicadores Ethos de RSE. Sin embargo, se puede también recurrir a facilitadores externos, siempre y cuando lidere el proceso un facilitador interno.

4 El Instituto Ethos realiza periódicamente, con sus asociados, talleres de capacitación para los Indicadores Ethos. Para saber más, escriba a associada@ethos.org.br

ÍNDICE DEL CUESTIONARIO

Valores, Transparencia y Gobernanza

AUTORREGULACIÓN DE LA CONDUCTA	
Compromisos Éticos	18
Arraigo en la Cultura Organizativa	19
Gobernanza Corporativa	19
RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD	
Relaciones con la Competencia	20
Diálogo con las Partes Involucradas (Stakeholders)	21
Balance Social	22

Público Interno

DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN	
Relaciones con Sindicatos	26
Gestión Participativa	26
RESPETO AL INDIVIDUO	
Compromiso con el Futuro de los Niños	27
Compromiso con el Desarrollo Infantil	28
Valoración de la Diversidad	30
Compromiso con la Equidad Racial	32
Compromiso con la Equidad de Género	33
Relaciones con Trabajadores Tercerizados	35
TRABAJO DECENTE	
Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera	36
Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones Laborales	37
Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	38
Conducta frente a Despidos	39
Preparación para la Jubilación	40

Medio Ambiente

RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS	
Comprometimiento con la Mejoría de la Calidad Ambiental	44
Educación y Concienciación Ambiental	44

GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

Administración del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios 45

Sustentabilidad de la Economía Forestal 46

Minimización de Entradas y Salidas de Materiales 46

Proveedores

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN CON PROVEEDORES

Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores 50

Trabajo Infantil en la Cadena Productiva 51

Trabajo Forzado (o análogo al esclavo) en la Cadena Productiva 51

Apoyo al Desarrollo de Proveedores 52

Consumidores y Clientes

DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

Política de Comunicación Comercial 56

Excelencia de la Atención 57

Conocimiento y Administración de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios 58

Comunidad

RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL

Administración del Impacto de la Compañía en la Comunidad de Entorno 62

Relaciones con Organizaciones Locales 63

ACCIÓN SOCIAL

Financiamiento de la Acción Social 63

Involucración de la Compañía con la Acción Social 64

Gobierno y Sociedad

TRANSPARENCIA POLÍTICA

Contribuciones para Campañas Políticas 68

Construcción de la Ciudadanía por las Empresas 68

Prácticas contra la Corrupción y la Coima 69

LIDERAZGO SOCIAL

Liderazgo e Influencia Social 69

Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales 70

Valores, Transparencia y Gobernanza

AUTORREGULACIÓN DE LA CONDUCTA

Indicador 1 – Compromisos Éticos

Indicador 2 – Arraigo en la Cultura Organizativa

Indicador 3 – Gobernanza Corporativa

RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

Indicador 4 – Relaciones con la Competencia

Indicador 5 – Diálogo con las Partes Involucradas (*Stakeholders*)

Indicador 6 – Balance Social

Indicador 1 – Compromisos Éticos

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

Los valores de la organización están formalizados en una carta de principios, pero están poco incorporados a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas.	Los valores y principios de la organización existen en documento formal, que cuenta con proceso de difusión sistemático con foco centrado en el público interno bajo la responsabilidad de persona o área responsable.	La organización posee un código de conducta (en portugués 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.	Además de eso, el código de conducta de la organización prevé la participación de empleados, de las principales partes involucradas en su revisión y está sometido a control y auditoría periódicos. La responsabilidad de esas acciones está formalmente a cargo de un equipo multidisciplinario.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4
☐ No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.) ☐ Nunca hemos tratado este asunto antes.			

INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	SÍ	NO
1.1. ¿expone públicamente sus compromisos éticos por medio de material institucional, por la Internet o de otra manera adecuada a sus partes involucradas?	☐	☐
El código de conducta y/o la declaración de valores de la organización:		
1.2. ¿contemplan las siguientes partes involucradas: empleados, proveedores, medio ambiente, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y accionistas minoritarios?	☐	☐
1.3. ¿prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales (como soborno, corrupción, extorsión, coima y "caja B") para obtención de ventajas comerciales?	☐	☐
1.4. ¿son explícitos cuanto al compromiso de ética en la gestión de las informaciones privilegiadas o de carácter privado obtenidas durante los procesos de la compañía en su interacción con sus diversos públicos (clientes, empleados, proveedores etc.)?	☐	☐
Contemplan los temas siguientes⁶:		
1.5. ¿cumplimiento de las leyes y pago de tributos?	☐	☐
1.6. ¿concusión, pagos o recibimientos cuestionables?	☐	☐
1.7. ¿reglas explícitas en las relaciones con agentes públicos?	☐	☐
1.8. ¿conflicto de intereses; donaciones?	☐	☐
1.9. ¿corrupción activa en actividades brasileñas y extranjeras?	☐	☐
1.10. ¿corrupción pasiva?	☐	☐
1.11. ¿improbidad administrativa?	☐	☐
1.12. ¿fraude en licitación pública?	☐	☐
1.13. ¿límites de las actividades y contribuciones políticas?	☐	☐
1.14. ¿relaciones con la comunidad?	☐	☐
1.15. ¿nepotismo?	☐	☐
1.16. ¿procesos judiciales y arbitraje?	☐	☐
1.17. ¿prevención y tratamiento de fraudes?	☐	☐
1.18. ¿son explícitos cuanto al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todas las partes involucradas?	☐	☐

La compañía:

1.19. ¿posee comité, consejo o responsable (s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) internamente?	☐	☐
1.20. ¿posee comité, consejo o responsable (s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) externamente?	☐	☐
1.21. ¿estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de sus empleados?	☐	☐
1.22. ¿vincula expresamente la actuación de los asesoramientos jurídico y contable al código de ética/declaración de principios?	☐	☐
1.23. ¿además de cumplir todas las legislaciones en vigor 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?	☐	☐
1.24. ¿viene implantando, consolidando y divulgando procedimientos internos para consultas jurídicas a institutos aplicables a sus actividades en la condición de contribuyente del Estado, en el ejercicio de la ciudadanía y en la condición de integrante de la comunidad, proveedor, cliente o consumidor etc.?	☐	☐

Indicador 2 – Arraigo en la Cultura Organizativa

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

Los valores se transmiten esporádicamente o en momentos específicos (contratación de empleados, proceso de auditoría), con el foco centrado en el público interno. ETAPA 1	Existen procesos sistemáticos de difusión de los valores con el foco centrado en el público interno. ETAPA 2	Además de eso, la adopción de esos valores y principios es auditada⁷ y verificada periódicamente y los empleados son estimulados a contribuir con su monitoreo. ETAPA 3	Además de eso, todos los aliados externos son estimulados a replicar el mismo proceso en la cadena productiva de la empresa. ETAPA 4
☐ No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.) ☐ Nunca hemos tratado este asunto antes.			

INFORMACIONES ADICIONALES

	SÍ	NO
2.1. ¿Se abordan las cuestiones éticas en encuestas de ambiente organizativo, por evaluación 360° o herramientas similares?	☐	☐
2.2. ¿Los empleados de la compañía demuestran familiaridad en su cotidiano con los temas y presupuestos contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente?	☐	☐
2.3. ¿Desarrolló la estructura organizativa procedimientos para lidiar con denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento del código de conducta y / o su declaración de valores?	☐	☐

Indicador 3 – Gobernanza Corporativa⁸

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

Además de actuar de acuerdo con la legislación en vigor, tiene un consejo de administración o consultivo (o estructura similar) y los estados financieros son auditados por auditoría externa independiente. ETAPA 1	El consejo de administración o consultivo (o estructura similar) tiene compromisos, políticas explícitas y mecanismos formales que garantizan la integridad de los informes financieros, priorizando la transparencia en las prestaciones de cuentas y otras informaciones. ETAPA 2	Además de eso, tiene políticas explícitas para promover tratamiento adecuado al derecho de voto y tratamiento justo y equitativo a los socios, con resultados monitoreados y evaluados periódicamente. ETAPA 3	Además de lo expuesto en las etapas anteriores, la alta administración (consejo y directores) incorpora criterios de orden socioambiental en la definición y gestión del negocio y tiene como norma oír, evaluar y considerar las preocupaciones, críticas y sugerencias de las partes involucradas en asuntos que las involucren. ETAPA 4
☐ No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.) ☐ Nunca hemos tratado este asunto antes.			

INFORMACIONES ADICIONALES

La alta directiva de la compañía:	SÍ	NO
3.1. ¿cuenta con mecanismos o sistemas formales para evaluación periódica de sus integrantes?	☐	☐
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/cohibir abusos de poder de sus integrantes, fraudes por uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses; cohibir el soborno y otras prácticas de corrupción, la creación de "contabilidades paralelas" o de cuentas secretas y la elaboración de documentos que no reflejen verdaderamente las transacciones que reportan?	☐	☐
3.3. ¿para nombrar miembros del 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)?	☐	☐
3.4. ¿utiliza estudios, investigaciones y el apoyo de especialistas para mejor fundamentar la resolución de dilemas éticos, socioambientales y relativos a derechos humanos?	☐	☐
3.5. ¿incluye el respeto a los derechos humanos ⁹ como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones?	☐	☐
3.6. ¿orienta sus operaciones en concordancia con las declaraciones de principios de la Organización Internacional del Trabajo ¹⁰ (OIT)?	☐	☐
3.7. ¿orienta sus operaciones en concordancia con las directrices para compañías multinacionales de la Organización para Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) ¹¹ ?	☐	☐
3.8. ¿orienta sus operaciones en concordancia con Principios del Pacto Global ¹² y/ o en apoyo a las Metas del Milenio ¹³ ?	☐	☐
3.9. ¿La declaración de la visión y estrategia de la organización contemplan contribuciones y dilemas de la compañía en lo que se refiere al desarrollo sustentable?	☐	☐

	2004	2005	2006
3.10. Número de miembros del Consejo de Administración			
3.11. Porcentual del Consejo de Administración formado por consejeros independientes, sin cargos ejecutivos			
3.12. Porcentual de mujeres en el Consejo de Administración (o en estructura similar)			
3.13. Porcentual de negros (negros y pardos) en el Consejo de Administración (o en estructura similar)			

Indicador 4 – Relaciones con la Competencia

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

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

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 compañía:		
4.2. ¿expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su sitio en la Web, de material institucional, del informe anual etc.)?	☐	☐
4.3. ¿adopta 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?	☐	☐
¿Aborda también los siguientes rubros?		
4.5. ¿Piratería?	☐	☐
4.6. ¿Evasión fiscal?	☐	☐
4.7. ¿Contrabando?	☐	☐
4.8. ¿Adulteración de productos o marcas?	☐	☐
4.9. ¿Falsificación de productos?	☐	☐
La compañía:		
4.10. ¿ha sido denunciada los últimos tres años por el Consejo Administrativo de Defensa Económica (Cade) por práctica de competencia desleal?	☐	☐
4.11. ¿ha sido denunciada los últimos tres años por órganos como Anvisa, Ipem, Idec, Inmetro, Procon etc. u otras organizaciones gubernamentales o de la sociedad civil por irregularidades en sus procesos, servicios o productos?	☐	☐

Indicador 5 – Diálogo con las Partes Involucradas (Stakeholders¹⁴)

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

Está conciente de la importancia del diálogo y del compromiso de las partes involucradas para el éxito del negocio y conoce los dilemas específicos y atributos de sus partes involucradas (empleados, clientes y consumidores, accionistas o inversionistas) y de los canales de diálogo establecidos para la manutención de la relación.	Conoce los dilemas específicos y atributos relacionados a todas las partes involucradas por medio de mapeo periódico y establece mecanismos de diálogo e involucración de las partes involucradas para remediar impactos socioambientales ocasionados por sus actividades por medio de equipos preparados para adoptar planes de contingencia necesarios.	Además de priorizar la involucración y el diálogo constante con sus partes involucradas, adopta una estrategia de gestión de la información y conocimiento para "internalizar las ocurrencias socioambientales"negativas ocasionadas por sus actividades como base para redefinición de políticas, procesos de gestión o producción.	Por medio de utilización de herramientas y políticas específicas, dialoga e involucra las partes involucradas en forma estructurada en reflexiones previas sobre sus actividades, procesos y acciones para prever, minimizar o eliminar las ocurrencias socioambientales negativas que podrá ocasionar la organización. Además de eso, una tercera parte audita el proceso de diálogo y compromiso.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4
☐ No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.) ☐ Nunca hemos tratado este asunto antes.			

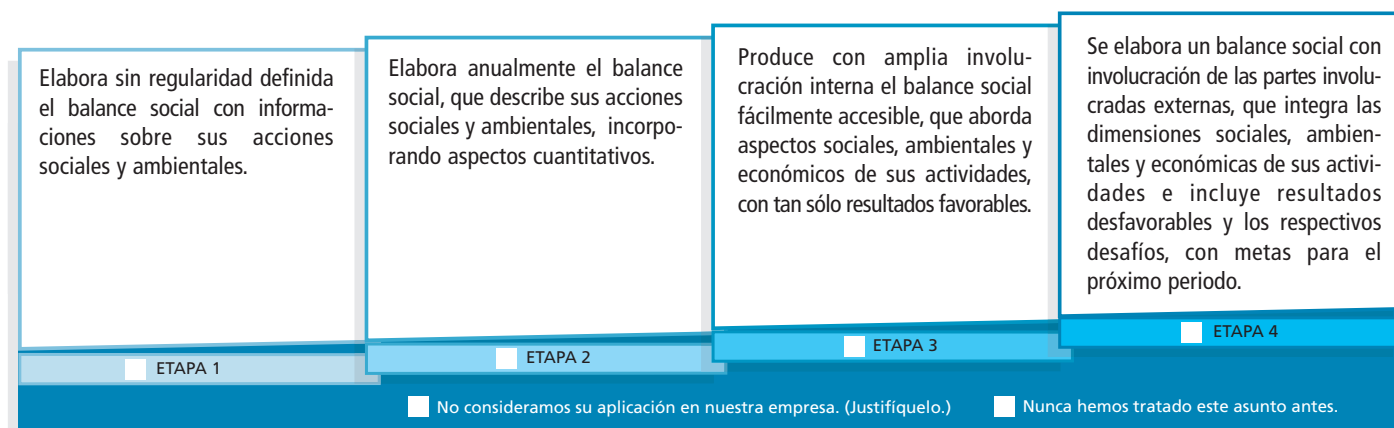
INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:		SÍ	NO
5.1.	¿mantiene comunicación regular con grupos o partes involucradas que critiquen la naturaleza de sus procesos, productos o servicios?	☐	☐
5.2.	¿tiene política y/o procedimientos de relaciones para responder prontamente a cualesquier sugerencias, solicitudes, esfuerzos o demandas de sus partes involucradas?	☐	☐

	SÍ	NO
5.3. ¿el proceso de diálogo y compromiso de las partes involucradas cuenta con indicadores de desempeño para monitoreo de las relaciones?	☐	☐
5.4. ¿tiene política para que los indicadores/datos/informaciones advenidos del proceso de diálogo y compromiso de las partes involucradas sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles para sus partes involucradas?	☐	☐
5.5. ¿se utilizan esos indicadores/datos/informaciones en el proceso de planificación general de la empresa?	☐	☐
5.6. ¿se insertan esos indicadores/datos/informaciones en el estado social de la empresa?	☐	☐
5.7. ¿utiliza la empresa metodologías de diálogo estructurado con las partes involucradas, tales como la norma AA1000 ¹⁵ o similar?	☐	☐

Indicador 6 – Balance Social¹⁶

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



INFORMACIONES ADICIONALES

	SÍ	NO
6.1. ¿Las informaciones sobre la situación económico-financiera de las actividades de la compañía son auditadas por terceros?	☐	☐
6.2. ¿Las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de las actividades de la compañía son auditadas por terceros?	☐	☐
6.3. ¿En el proceso de elaboración del balance social, ¿la compañía involucra a por lo menos cuatro de los siguientes stakeholders: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general (por ejemplo, por medio de contactos con organizaciones de defensa del medio ambiente, sindicatos, entidades volcadas a la salud pública o defensa de los derechos humanos etc.)?	☐	☐
6.4. ¿Incorpora la compañía en el balance social críticas, sugerencias y testimonios de partes involucradas?	☐	☐
6.5. ¿El proceso de divulgación del balance social contempla por lo menos a cuatro de los siguientes stakeholders: público interno, comunidad, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general?	☐	☐
6.6. ¿Expone la compañía datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades en la Internet?	☐	☐
6.7. ¿Contempla la compañía en su balance social datos e indicadores de monitoreo de la distribución de riqueza - la Demostración del Valor Añadido (DVA), por ejemplo?	☐	☐
6.8. ¿Los datos recogidos y utilizados para el balance social se emplean en la planificación estratégica de la empresa?	☐	☐
Al producir el balance social, la compañía lleva en consideración los principios¹⁷:		
6.9. ¿Inclusión?	☐	☐
6.10. ¿Relevancia y Materialidad?	☐	☐
6.11. ¿Transparencia?	☐	☐
6.12. ¿Alcance?	☐	☐
6.13. ¿Equilibrio?	☐	☐

	SÍ	NO
6.14. ¿Comparabilidad?	☐	☐
6.15. ¿Exactitud?	☐	☐
6.16. ¿Periodicidad?	☐	☐
6.17. ¿Claridad?	☐	☐
6.18. ¿Verificabilidad?	☐	☐

	2004	2005	2006
6.19. Partes involucradas (ex.: público interno, proveedores, comunidad, gobierno y sociedad etc.) involucradas en la elaboración del balance social			
6.20. Partes involucradas contempladas en el demostrativo de distribución de riqueza			

NOTAS

5 Véase la publicación del Instituto Ethos 'Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas – Reflexões e Sugestões' (agosto 2000), disponible para download gratis en el sitio www.ethos.org.br

6 Conozca el Pacto Nacional Empresarial pela Integridade e Combate à Corrupção, un conjunto de directrices y procedimientos que pueden ayudar a la empresa en su comprometimiento con la Integridad y con el combate a la corrupción. Se trata de una iniciativa del Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social; Patri Relações Governamentais e Políticas Públicas; el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo/UNUD; la Oficina de las Naciones Unidas Contra las Drogas y el Delito, Undoc, y el Comitê Brasileiro do Pacto Global. El Pacto contiene un conjunto de directrices y procedimientos que las empresas y entidades signatarias deberán adoptar en las relaciones con los poderes públicos y que se divulgarán ampliamente, para que el mercado lo utilice como referencia. Más informaciones en el sitio www.ethos.org.br

7 Esta auditoría puede ser interna o externa. Podrá realizarla una consultoría o profesional especializado.

8 "Los debates sobre gobernanza corporativa en América Latina y en todo el mundo, se concentran en las sociedades de capital abierto y en las empresas que, aun siendo de capital cerrado, tienen potencial para la abertura de su capital a corto plazo. (...) Sin embargo, (...) la buena gobernanza corporativa constituye motivo relevante de preocupación también para las sociedades de capital cerrado, pues la mayor parte de ellas depende todavía de autofinanciamiento, de operaciones de private equity y del sistema bancario para levantar los recursos necesarios para su expansión y crecimiento. Las sociedades de capital cerrado (en general, empresas familiares o de propiedad de sus propios fundadores) deben adoptar prácticas coherentes de contabilidad y auditoría, así como controles adecuados y administración y planificación estratégicas, si quieren preservar su competitividad." (Fuente: Informe Oficial sobre Gobernanza Corporativa en América Latina, de la OCDE. Para más informaciones sobre gobernanza corporativa, visite el sitio www.ibgc.org.br

9 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. (Véase la Declaración Universal de los Derechos Humanos en el sitio www.mj.gov.br/sedh/dpdl/gpdh/ddh_bib_inter_universal.htm

10 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 www.oit.org/public/portuguese/region/latamprolbrasil/normas_princip_dir.htm

11 Las directrices de la OCDE para multinacionales proveen principios y estándares voluntarios para la conducta responsable de empresas en áreas como trabajo y relaciones industriales, derechos humanos, medio ambiente, transparencia, competencia, impuestos y ciencia y tecnología. Más informaciones en el sitio www.mre.gov.br/portuguese/politica_externa/organismos/ocdel/diretrizes_02.asp

12 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 y www.ethos.org.br/docs/empresas_entidades/global_compact/index.shtml

13 La Declaración del Milenio de las Naciones Unidas es un 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. (Más informaciones en el sitio www.undp.org.br/milenio/default.asp o www.ethos.org.br).

14 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.

15 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

16 Véase la Guía de Elaboración del Balance Social 2006, disponible para download en www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/guia_relatorio/default.htm.

17 Más informaciones sobre los principios para elaboración del balance social, véase la Guia de Elaboração do Balanço Social 2005 – disponible para download en el sitio www.ethos.org.br

Público Interno

DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

Relaciones con Sindicatos

Gestión Participativa

RESPECTO AL INDIVIDUO

Compromiso con el Futuro de los Niños

Compromiso con el Desarrollo Infantil

Valoración de la Diversidad

Compromiso con la Equidad Racial

Compromiso con la Equidad de Género

Relaciones con Trabajadores Tercerizados

TRABAJO DECENTE

Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera

Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones Laborales

Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad

Conducta frente a Despidos

Preparación para la Jubilación

Indicador 7 – Relaciones con Sindicatos

Respecto a la participación de empleados en sindicatos¹⁸ y en la relación con sus representantes, la empresa:

No ejerce presión sobre los empleados involucrados en actividades sindicales.	No ejerce presión y ofrece libertad para la actuación de los sindicatos en el sitio de trabajo.	Además de permitir la actuación de los sindicatos en el sitio de trabajo, provee informaciones sobre las condiciones de trabajo, y los dirigentes de la compañía se reúnen periódicamente con los sindicatos para oír sugerencias y negociar reivindicaciones.	Además de eso, tiene un canal de comunicación consolidado con los sindicatos, informándolos y proveyéndoles datos financieros y relativos a objetivos estratégicos (cuando estos afecten a los trabajadores) para subsidiar las discusiones.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4
☐ No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.) ☐ Nunca hemos tratado este asunto antes.			

INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	SÍ	NO
7.1. ¿provee informaciones que afecten a los trabajadores en tiempo hábil para que se posicionen el sindicato y los trabajadores?	☐	☐
7.2. ¿posee convenio colectivo con el sindicato de la categoría principal?	☐	☐
7.3. ¿posee comisión de fábrica o de alcance empresarial garantizada por convenio colectivo?	☐	☐
7.4. en caso de que actúe en distintas regiones, ¿negocia con el conjunto de sindicatos de esas regiones un nivel mínimo de prestaciones comunes?	☐	☐
7.5. ¿pone a disposición informaciones básicas sobre derechos y deberes de la categoría tales como pacto salarial, contribuciones sindicales etc.?	☐	☐

Indicador 8 – Gestión Participativa

Respecto a la involucración de los empleados en la gestión, la empresa:

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

INFORMACIONES ADICIONALES

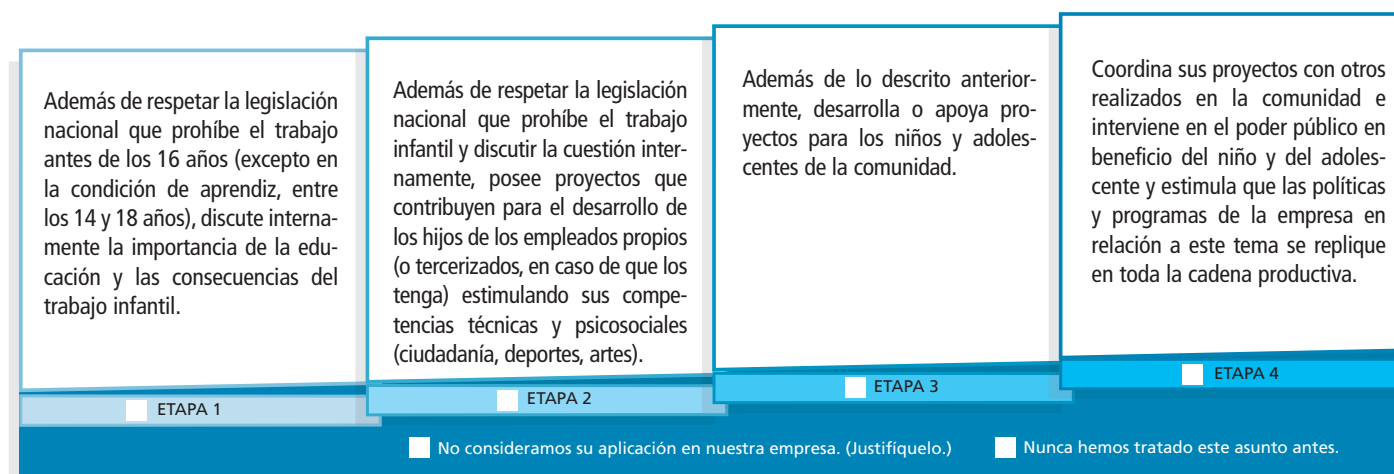
	SÍ	NO
8.1. ¿Todos los integrantes de comisiones de trabajadores – Comisión Interna de Prevención de Accidentes (Cipa), Comisión de Conciliación Previa (CCP), de reparto de utilidades etc. – ¿son electos por los trabajadores sin interferencia de la empresa?	☐	☐
8.2. ¿Posee la compañía políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos?	☐	☐
8.3. ¿Posee programa para estimular y reconocer sugerencias de los empleados para mejoría de los procesos internos?	☐	☐

Público Interno

RESPECTO AL INDIVIDUO

Indicador 9 – Compromiso con el Futuro de los Niños¹⁹

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



INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	SÍ	NO
9.1. ¿discute con otras compañías o presenta propuestas prácticas para el combate al trabajo infantil en su sector (o de manera general)?	☐	☐
9.2. ¿tiene programa específico para la contratación de aprendices ²⁰ ?	☐	☐
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 cerrar el periodo correspondiente al programa de aprendizaje, ¿busca emplearlos en la propia empresa y en caso de imposibilidad, les ofrece oportunidades en empresas u organizaciones aliadas?	☐	☐

	2004	2005	2006
9.5. Número de menores aprendices en la empresa			
9.6. Número de aprendices contratados después del término del periodo de aprendizaje			
9.7. Cantidad de actuaciones que recibió la compañía del Ministerio del Trabajo con relación al uso de mano de obra infantil			

Indicador 10 – Compromiso con el Desarrollo Infantil²¹

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

Sigue la legislación en vigor de protección a la maternidad, paternidad²¹, amamantación y guardería y prohíbe formalmente cualquier tipo de discriminación a la mujer embarazada y a empleados (hombres y mujeres, incluso los tercerizados) con hijos menores de seis años de edad en procesos de admisión, de promoción o de movilidad interna.	Adopta políticas y/o iniciativas internas para facilitar la consulta prenatal y el acompañamiento de la niñez de los hijos de sus empleados, por medio de orientación médica, nutricional y psicológica específica, y en el desarrollo de las competencias en la supervivencia, desarrollo, participación y protección de los niños, además de ofrecer medios que permitan la participación masculina en el acompañamiento de esos periodos.	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.	Considera la cuestión de la protección a la maternidad y a la niñez como un derecho y contribución fundamental al desarrollo de las generaciones presentes y futuras. Se involucra en la elaboración, perfeccionamiento, ejecución, control o evaluación de políticas públicas volcadas a la promoción de los derechos de la infancia.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4

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

INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	SÍ	NO
10.1. ¿ofrece programa específico para la salud de la mujer embarazada?	☐	☐
10.2. ¿ofrece programa de orientación sobre cómo se da el desarrollo integral del niño por medio del fortalecimiento de las competencias familiares ²² (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?	☐	☐
10.7. ¿destina el 1% del Impuesto de Renta debido para contribuir con los fondos que gestionan los Consejos de los Derechos del Niño y del Adolescente?	☐	☐
10.8. ¿estimula a los empleados a destinar hasta el 6% del Impuesto de Renta debido para contribuir con los fondos gestionados por los Consejos de los Derechos del Niño y del Adolescente?	☐	☐
10.9. ¿estimula a los proveedores y empresas aliadas a destinar el 1% del Impuesto de Renta debido para contribuir con los fondos que gestionan los Consejos de los Derechos del Niño y del Adolescente?	☐	☐

Ofrece la empresa las prestaciones listadas a continuación para empleados (mujeres y hombres), indiscriminadamente, abarcando todos los niveles jerárquicos:

10.10. ¿Plan de salud familiar?	☐	☐
10.11. ¿Guardería, conforme la ley, en el lugar de trabajo o de la red convenida?	☐	☐
10.12. ¿Flexibilidad en los horarios para empleados con hijos menores de 6 años?	☐	☐
10.13. ¿Ayuda para educación de los hijos?	☐	☐
10.14. ¿Las mismas prestaciones de sus empleados registrados a los empleados tercerizados?	☐	☐

	SÍ	NO
10.15. ¿Las mismas prestaciones de sus empleados registrados a los empleados comisionados?	☐	☐
10.16. ¿Tiene la empresa políticas de acompañamiento posparto, particularmente para identificación de la depresión posparto?	☐	☐
10.17. ¿Facilita la empresa la utilización de la flexibilidad de horario de 1 hora de amamantación conforme la legislación en vigor?	☐	☐

	2004	2005	2006
10.18. Porcentual de hijos de empleados matriculados en centros de educación infantil – guardería (0 a 3 años)			
10.19. Porcentual de hijos de empleados matriculados en centros de educación infantil – jardín de niños (4 y 5 años)			
10.20. Porcentual de hijos discapacitados de empleados matriculados en centros de educación infantil – guardería (0 a 3 años)			
10.21. Porcentual de hijos discapacitados de empleados matriculados en centros de educación infantil – jardín de niños (4 y 5 años)			
10.22. Porcentual 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 en régimen CLT de contratación:

10.23. Número de empleados hombres responsables (padres o no) de niños de 0 a 5 años de edad			
10.24. Número de empleadas responsables (madres o no) de niños de 0 a 5 años de edad			
10.25. Número de empleadas (o dependientes de esas empleadas) embarazadas			
10.26. Total de mujeres empleadas (o dependientes de esas empleadas) que en el último embarazo hicieron siete o más consultas prenatales*			
10.27. Total de mujeres embarazadas empleadas (o dependientes de esas empleadas) en acompañamiento prenatal*			
10.28. Total de empleados hombres (padres o responsables) de niños de 0 a 5 años cuya escolaridad es inferior a 4 años*			
10.29. Total de empleadas madres o responsables de niños de 0 a 5 años cuya escolaridad es inferior a 4 años*			
10.30. Número total de niños de 0 a 5 años dependientes de esos empleados (mujeres y hombres)*			
10.31. Total de niños menores de 1 año dependientes de esos empleados (mujeres y hombres)*			
10.32. Total de niños menores de 1 año vacunados (Tetravalente)*			
10.33. Total de niños de 4 y 5 años dependientes de esos empleados (mujeres y hombres)*			
10.34. Total de niños de 4 y 5 años matriculados en jardín de niños*			
10.35. Total de empleadas cuyo último hijo recibió amamantación exclusiva hasta los 4 meses			
10.36. Total de empleadas que tuvieron horario flexible para amamantar al niño hasta los 6 meses.			

Sobre empleados tercerizados

10.37. Número de empleados hombres responsables (padres o no) de niños de 0 a 5 años de edad			
10.38. Número de empleadas responsables (madres o no) de niños de 0 a 5 años de edad			
10.39. Número de empleadas (o dependientes de esas empleadas) embarazadas*			
10.40. Total de mujeres empleadas (o dependientes de esas empleadas) que en el último embarazo hicieron siete o más consultas prenatales*			
10.41. Total de mujeres embarazadas empleadas (o dependientes de esas empleadas) en acompañamiento prenatal*			
10.42. Total de empleados hombres (padres o responsables) de niños de 0 a 5 años cuya escolaridad es inferior a 4 años*			
10.43. Total de empleadas madres o responsables de niños de 0 a 5 años cuya escolaridad es inferior a 4 años*			

	2004	2005	2006
10.44. Número total de niños de 0 a 5 años dependientes de esos empleados (mujeres y hombres)*			
10.45. Total de niños menores de 1 año dependientes de esos empleados (mujeres y hombres)*			
10.46. Total de niños menores de 1 año vacunados (Tetravalente)*			
10.47. Total de niños menores de 1 año dependientes de esos empleados (mujeres y hombres)*			
10.48. Total de niños de 4 y 5 años matriculados en jardín de niños*			
10.49. Total de empleadas cuyo último hijo recibió amamentación exclusiva hasta los 4 meses			
10.50. Total de empleadas que tuvieron horario flexible para amamantar al niño hasta los 6 meses.			
Sobre los empleados autónomos o comisionados:			
10.51. Número de empleados hombres responsables (padres o no) de niños de 0 a 5 años de edad			
10.52. Número de empleadas responsables (madres o no) de niños de 0 a 5 años de edad.			
10.53. Número de empleadas (o dependientes de esas empleadas) embarazadas*			
10.54. Total de mujeres empleadas (o dependientes de esas empleadas) que en el último embarazo hicieron siete o más consultas prenatales*			
10.55. Total de mujeres embarazadas empleadas (o dependientes de esas empleadas) en acompañamiento prenatal*			
10.56. Total de empleados hombres (padres o responsables) de niños de 0 a 5 años cuya escolaridad es inferior a 4 años*			
10.57. Total de empleadas madres o responsables de niños de 0 a 5 años cuya escolaridad es inferior a 4 años*			
10.58. Número total de niños de 0 a 5 años dependientes de esos empleados (mujeres y hombres)*			
10.59. Total de niños menores de 1 año dependientes de esos empleados (mujeres y hombres)*			
10.60. Total de niños menores de 1 año vacunados (Tetravalente)*			
10.61. Total de niños de 4 y 5 años dependientes de esos empleados (mujeres y hombres)*			
10.62. Total de niños de 4 y 5 años matriculados en jardín de niños*			
10.63. Total de empleadas cuyo último hijo recibió amamentación exclusiva hasta los 4 meses			
10.64. Total de empleadas que tuvieron horario flexible para amamantar el niño hasta los 6 meses.			

* Los rubros señalados con un asterisco son las cuestiones que componen el índice de Desarrollo Infantil Empresarial (IDI-E). Si responde a todas esas cuestiones, la empresa tendrá acceso - en el informe de Diagnóstico de los Indicadores Ethos - a su desempeño respecto a la contribución al desarrollo infantil. Esa información puede preparar el proceso de elaboración, desarrollo y monitoreo de programas en ese tema. Más informaciones sobre el IDI-E, en la introducción de esta publicación y en las publicaciones UNICEF, Niños de hasta 6 años: El Derecho a la Supervivencia y al Desarrollo y El Municipio y el Niño de hasta 6 años.

Indicador 11 — Valorización de la Diversidad²³ y Promoción de la Equidad Racial y de Género

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

Sigue rigurosamente las medidas legislativas²⁴ relacionadas a la discriminación negativa 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.

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

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

Extiende esas acciones a toda la cadena productiva y participa en foros de valoración de segmentos en desventaja como negros (negros y pardos), mujeres, personas discapacitadas, personas mayores de 45 años de edad, entre otros segmentos y situaciones.

ETAPA 1

ETAPA 2

ETAPA 3

ETAPA 4

☐ No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifiquelo.)

☐ Nunca hemos tratado este asunto antes.

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 geográfica y clase social?	☐	☐
11.8. ¿La cuestión de la discapacidad?	☐	☐
11.9. ¿La cuestión de la apariencia física?	☐	☐
11.10. ¿incluye la empresa requisitos de diversidad en los procesos y herramientas de gestión de personas para monitorear la diversidad de su cuadro y posibles desigualdades respecto a los segmentos mencionados anteriormente, entre otras situaciones?	☐	☐
11.11. ¿Resultan de esa política procedimientos formales para procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna y despido?	☐	☐
11.12. ¿En esa política están claramente previstos los mecanismos y canales formales para denuncia, encaminamiento, análisis y averiguación de los hechos que involucren posibles casos de discriminación?	☐	☐
11.13. ¿Tiene la empresa programa específico de contratación de personas con discapacidad y cumple rigurosamente la legislación de cuotas de plazas para ese público?	☐	☐
11.14. ¿Resultan de la política de valoración de la diversidad y no discriminación procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover personas con discapacidad?	☐	☐
11.15. ¿Ha promovido o está promoviendo la empresa las adaptaciones necesarias para la accesibilidad, conforme las legislaciones en vigor?	☐	☐
11.16. ¿Resultan de la política de valoración de la diversidad y de no discriminación mecanismos para la contratación de personas con edad superior a 45 años?	☐	☐
11.17. ¿Resultan de la política de valoración de la diversidad y de no discriminación procedimientos específicos que aborden la cuestión del rango de edad de los empleados?	☐	☐
11.18. ¿Procura evitar la empresa el despido de personas con edad superior a 45 años?	☐	☐
11.19. ¿Ofrece oportunidades de trabajo para ex detenidos?	☐	☐
11.20. ¿Resultan de la política de valoración de la diversidad y de no discriminación políticas específicas para trabajadores indígenas?	☐	☐

	2004	2005	2006
11.21. Porcentual de personas con discapacidad en la empresa			
11.22. Porcentual de personas con discapacidad en cargos ejecutivos			
11.23. Porcentual de personas con discapacidad en cargos de coordinación y gerencia			
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 gerencia			
11.27. Porcentual de personas con edad superior a 45 años			

Indicador 12 — Compromiso de la Empresa con la Equidad y no Discriminación Racial²⁵

Considerando los hechos históricos en la formación de nuestra sociedad, las desventajas históricas y persistentes que caracterizan la situación de la población negra (negros y pardos), la compañía:

Sigue rigurosamente la legislación en vigor que prohíbe la discriminación racial en el mundo laboral y se declara internamente contra cualquier tipo de prejuicio respecto a todas las partes involucradas. Adopta procedimientos para que se cumplan también en forma rigurosa las legislaciones en sus contratos con empleados tercerizados.	Realiza censo interno periódico para evaluar sus procesos epolíticos, 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 etc.	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 para negros (negros y pardos)	Además de mantener programas de desarrollo profesional, <i>coaching y/o mentoring</i> volcados a empleados negros (negros y pardos), estimula la promoción de la igualdad racial en toda su cadena productiva e invierte en programas de la comunidad de mismo objetivo, para concienciar la sociedad sobre el tema
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4

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

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. ¿Resultan de esa política de promoción de la equidad racial procedimientos específicos para mejorar la calificación y el desarrollo en la carrera de empleados negros (negros y pardos)?	☐	☐
12.3. ¿Es la política de promoción de la equidad y no discriminación racial explícita en lo que se refiere a salarios y prestaciones, seguridad social privada, acceso a entrenamientos y becas de estudios?	☐	☐
12.4. ¿Realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la equidad y no discriminación racial?	☐	☐
12.5. ¿Tiene la empresa metas de admisión, promoción y entrenamiento para promoción de la equidad racial en todos los niveles jerárquicos y en todas las áreas?	☐	☐
12.6. ¿Garantiza la política de promoción de la equidad racial la participación de negros (negros y pardos) en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa?	☐	☐
12.7. ¿Es la promoción de la equidad racial una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa?	☐	☐
12.8. ¿La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar figuras estereotipadas o que agreden la dignidad de los negros (negros y pardos)?	☐	☐

	2004	2005	2006
12.9. Porcentual de negros (negros y pardos) en relación al total de los empleados:			
12.10. Porcentual de mujeres negras (negras y pardas) en relación al total de mujeres en la empresa:			
12.11. Porcentual de mujeres negras (negras y pardas) en cargos ejecutivos en relación al total de cargos ejecutivos disponibles:			
12.12. Porcentual de mujeres negras (negras y pardas) en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos de coordinación y jefatura disponibles:			

	2004	2005	2006
12.14. Porcentual de hombres negros (negros y pardos) en relación al total de hombres en la empresa:			
12.15. Porcentual de hombres negros (negros y pardos) en cargos ejecutivos en relación al total de cargos ejecutivos disponibles:			
12.16. Porcentual de hombres negros (negros y pardos) en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos de coordinación y jefatura disponibles:			
12.17. Salario promedio mensual de mujeres blancas - en reales:			
12.18. Salario promedio mensual de mujeres negras y pardas - en reales:			
12.19. Salario promedio mensual de hombres blancos - en reales:			
12.20. Salario promedio mensual de hombres negros (negros y pardos) en reales:			
12.21. Salario promedio mensual de mujeres blancas en cargos ejecutivos - en reales:			
12.22. Salario promedio mensual de mujeres negras (negras y pardas) en cargos ejecutivos - en reales:			
12.23. Salario promedio mensual de hombres blancos en cargos ejecutivos - en reales:			
12.24. Salario promedio mensual de hombres negros (negros y pardos) en cargos ejecutivos - en reales:			
12.25. Salario promedio mensual de mujeres blancas en cargos de coordinación y jefatura - en reales:			
12.26. Salario promedio mensual de mujeres negras y pardas en cargos de coordinación y jefatura - en reales:			
12.27. Salario promedio mensual de hombres blancos en cargos de coordinación y jefatura - en reales:			
12.28. Salario promedio mensual de mujeres blancas en cargos de coordinación y jefatura - en reales:			

Indicador 13 – Compromiso de la Empresa con la Promoción de la Equidad de Género²⁶

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 compañía:

Sigue rigurosamente la Constitución brasileña que prohíbe la discriminación en el mundo laboral y se declara internamente contra cualquier tipo de prejuicio respecto a todas las partes involucradas. Adopta procedimientos para que se cumplan también en forma rigurosa las legislaciones en sus contratos con empleados tercerizados.	Realiza censo interno periódico para evaluar sus procesos e políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación a la equidad de género. Utiliza esas informaciones para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación etc.	Asume compromiso público de promover la equidad de género, expresada por políticas formales de gestión de personas que garanticen oportunidades iguales para mujeres y hombres en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna. Realiza acciones afirmativas para garantizar oportunidad iguales de carrera y crecimiento de mujeres y hombres que trabajan en la empresa	Además de mantener programas de desarrollo profesional, <i>coaching</i> y/o <i>mentoring</i> 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 en la comunidad.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4
☐ No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.) ☐ Nunca hemos tratado este asunto antes.			

INFORMACIONES ADICIONALES

	SÍ	NO
13.1. ¿Es formal la política de promoción de la equidad de género y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?	☐	☐
13.2. ¿Resultan de esa política de valorización de la diversidad y de no discriminación procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover a las mujeres?	☐	☐
13.3. ¿Prohíbe la política expresamente la contratación, despido o la promoción basados 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 prestaciones, 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. ¿Contempla el plan de salud de la empresa adaptaciones específicas para la prevención y cuidados con la salud de la mujer?	☐	☐
13.7. ¿Tiene la empresa metas de contratación, entrenamiento y movilidad interna (horizontal y vertical) para promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas?	☐	☐
13.8. ¿Garantiza la política de promoción de la equidad la participación femenina en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa?	☐	☐
13.9. ¿Promueve la empresa, cuando necesario, la adecuación de espacios de trabajos y equipos compatibles con las condiciones físicas de las mujeres?	☐	☐
13.10. ¿Prohíbe la política expresamente actividades que puedan intimidar o apremiar a las mujeres en el ambiente laboral?	☐	☐
13.11. ¿Es la promoción de la equidad de género una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa?	☐	☐
13.12. ¿Tiene la política de comunicación comercial como premisa no utilizar la figura femenina estereotipada, que llegue a agredir la dignidad de las mujeres?	☐	☐
13.13. ¿Contempla la política de promoción de la equidad la prohibición expresa de la discriminación contra mujeres con problemas de salud, incluso las HIV positivas?	☐	☐
13.14. ¿Posee procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológicos, morales, físico y sexuales en el sitio laboral y en el transporte hacia la empresa?	☐	☐
13.15. ¿Promueve campañas de sensibilización de los hombres sobre la importancia de la división de tareas domésticas y sobre la paternidad responsable?	☐	☐

	2004	2005	2006
13.16. Porcentual de mujeres en relación al total de empleados:			
13.17. Porcentual de mujeres en cargos ejecutivos en relación al total de cargos disponibles:			
13.18. Porcentual de mujeres en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos disponibles:			
13.19. Salario promedio mensual de mujeres en cargos ejecutivos – en reales:			
13.20. Salario promedio mensual de hombres en cargos ejecutivos - en reales:			
13.21. Salario promedio mensual de hombres en cargos de coordinación y jefatura – en reales:			
13.22. Salario promedio mensual de mujeres en cargos de coordinación y jefatura – en reales:			

Indicador 14 – Relaciones con Trabajadores Tercerizados

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

Mantiene relación contractual dentro de los parámetros legales de corresponsabilidad por el cumplimiento de las obligaciones laborales y de seguridad social.	Monitorea periódicamente el cumplimiento de los requisitos establecidos, 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

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

INFORMACIONES ADICIONALES

	SÍ	NO
14.1. ¿Contemplan el código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa cuestiones relativas a la no discriminación de los trabajadores tercerizados?	☐	☐

La compañía:

14.2. ¿integra los trabajadores tercerizados a sus programas de entrenamiento y desarrollo profesional?	☐	☐
14.3. ¿posee un número de trabajadores tercerizados inferior al 20% (veinte por ciento) del total de contratados?	☐	☐
14.4. ¿posee política de integración de los trabajadores tercerizados con la cultura, valores y principios de la empresa?	☐	☐

	2004	2005	2006
14.5. Total de trabajadores (mujeres y hombres) tercerizados:			

En ese universo de trabajadores tercerizados:

14.6. Porcentual de mujeres en relación al total de trabajadores tercerizados			
14.7. Porcentual de mujeres negras (negras y pardas) en relación al total de trabajadores tercerizados			
14.8. Porcentual de hombres negros (negros y pardos) en relación al total de trabajadores tercerizados			
14.9. Porcentual de personas discapacitadas			
14.10. Porcentual de personas mayores de 45 años			
14.11. Porcentual de mujeres			

En ese universo de trabajadores tercerizados:

14.12. Salario promedio mensual de mujeres blancas - en reales:			
14.13. Salario promedio mensual de mujeres negras - en reales:			
14.14. Salario promedio mensual de hombres blancos - en reales:			
14.15. Salario promedio mensual de hombres negros (negros y pardos) en reales:			

Indicador 15 – Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera

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

Busca superar los pisos salariales firmados con los sindicatos.	Trata a los empleados como un recurso, estimulándolos por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional, según política estructurada de carrera, y llevando en cuenta las habilidades necesarias para su desempeño actual.	Valora competencias potenciales, estimulando a los empleados por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional y llevando en cuenta su capacidad futura de crecimiento y desarrollo de nuevas habilidades.	Trata a los empleados como socios y, además de valorar competencias potenciales por medio de la remuneración y del desarrollo profesional, establece mecanismos para que sus representantes participen en la formulación de políticas de remuneración y prestaciones, desarrollo profesional y movilidad interna.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4

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

INFORMACIONES ADICIONALES

	SÍ	NO
15.1. ¿El plan de cargos y salarios de la empresa es transparente y figura en su código de conducta y/o en la declaración de valores?	☐	☐
15.2. ¿La remuneración variable de la compañía representa menos del 20% (veinte por ciento) de la masa salarial?	☐	☐

La compañía:

15.3. ¿posee políticas con metas para reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración pagada por la compañía (monitoreada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, en especie, incluyendo el reparto de utilidades y programa de bonos)?	☐	☐
15.4. ¿ha efectuado, en los últimos dos años, un aumento de la proporción entre el menor salario de la compañía y el salario mínimo vigente?	☐	☐
15.5. ¿realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones?		

El programa de reparto de utilidades de la empresa, en caso de que lo posea:

15.6. ¿se ha establecido por medio de negociación con la comisión de empleados o con el sindicato y según la legislación aplicable?	☐	☐
---	--------------------------	--------------------------

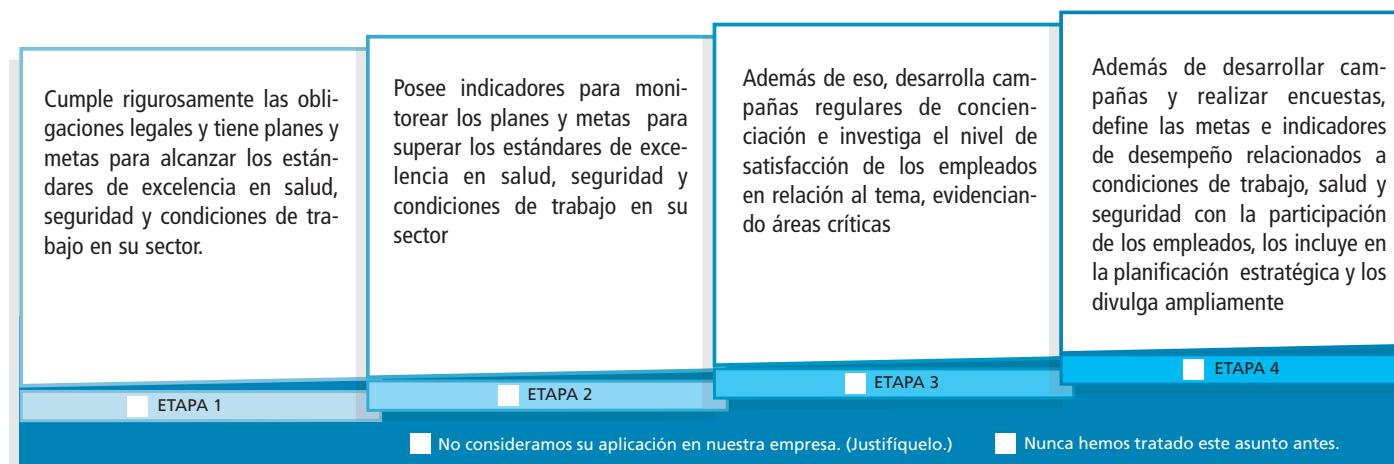
El programa de bonificación de la empresa, en caso de que lo posea:

15.7. ¿se ha establecido por medio de negociación con la comisión de empleados o con el sindicato y según la legislación aplicable?	☐	☐
15.8. ¿ofrece a los empleados bonos adicionales orientados por elementos de sustentabilidad, como éxitos a medio y largo plazo o el alcance de metas relacionadas al desempeño social y ambiental?	☐	☐

	2004	2005	2006
15.9. Total anual de la nómina y prestaciones - en reales			
15.10. División del menor salario de la empresa por el salario mínimo vigente			
Respecto al programa de reparto de utilidades en los resultados de la empresa:			
15.12. Porcentual de los valores repartidos en relación a la masa salarial			
15.13. Porcentual de empleados beneficiados			
Respecto al programa de bonificación de la empresa:			
15.14. Porcentual de los valores repartidos en relación a la masa salarial			
15.15. Porcentual de empleados beneficiados			
15.16. Porcentual de acciones de la empresa en poder de los empleados			

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

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



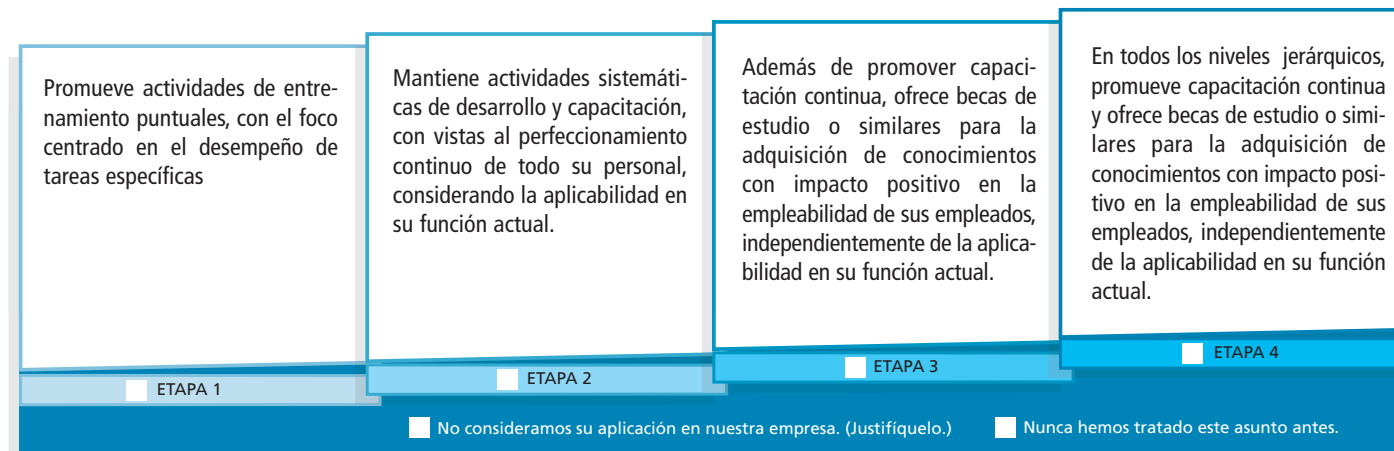
INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	SÍ	NO
16.1. ¿ha sido avalada por las normas SA8000 ²⁷ , BS 8800 ²⁸ , OHSAS 18001 ²⁹ o por norma equivalente?	☐	☐
16.2. ¿ofrece programa de prevención y tratamiento para drogadicción y adicción al alcohol?	☐	☐
16.3. ¿ofrece programa específico para portadores de HIV/SIDA?	☐	☐
16.4. ¿posee política expresa de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos?	☐	☐
16.5. ¿prevé esa política la no discriminación a los portadores de HIV/SIDA?	☐	☐
16.6. ¿posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral ³⁰ 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 moral ³¹ que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos? ATENÇÃO: ITEM REPETIDO (NOTA DA TRADUTORA)	☐	☐
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 política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras?	☐	☐
16.12. ¿posee política de compensación de horas extras para todos los empleados, incluso gerentes y ejecutivos?	☐	☐

	2004	2005	2006
16.13. Promedio de horas extras por empleado/año			
16.14. Promedio de accidentes laborales por empleado/año			
16.15. Porcentual de los accidentes que resultaron en retiro temporal de empleados y/ de prestadores de servicio			
16.16. Porcentual 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 (incluyendo RSI – Repetitive Strain Injury)			
16.17. Porcentual 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 compañía:



INFORMACIONES ADICIONALES

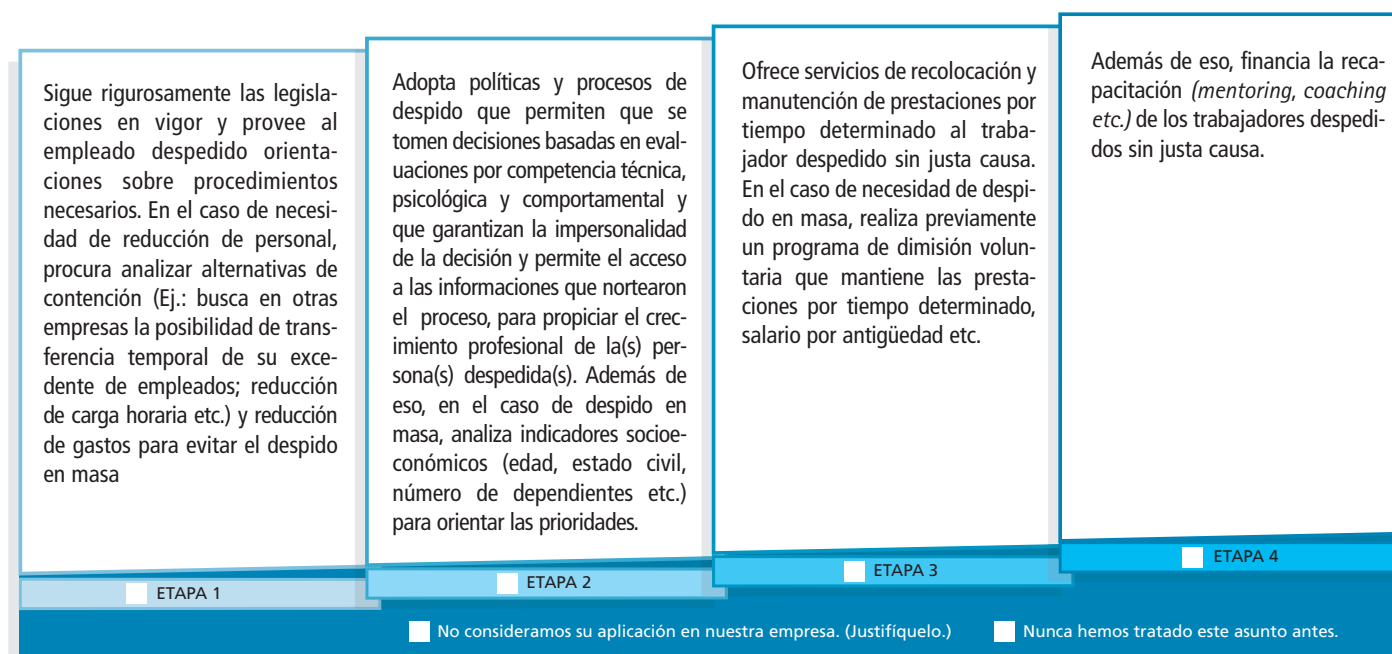
La compañía:	SÍ	NO
17.1. ¿analiza periódicamente el perfil socioeconómico de sus empleados para abalizar sus estrategias de remuneración y prestaciones y de educación y desarrollo profesional?	☐	☐
17.2. ¿mantiene programa de erradicación del analfabetismo (absoluto y/o funcional), educación primaria o enseñanza supletoria entre sus empleados, con metas y recursos definidos ³² ?	☐	☐
17.3. ¿posee programa de mapeo para identificación de competencias potenciales por desarrollarse?	☐	☐
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 asesoramiento sobre la planificación de carreras con el afán de auxiliar a los empleados a reflejar sobre sus funciones e identificación de objetivos en largo plazo?	☐	☐
17.6. ¿considerando su papel social respecto a los practicantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal en sus respectivas áreas de estudio y con el debido acompañamiento?	☐	☐
17.7. 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?	☐	☐

	2004	2005	2006
17.8. Cantidad de horas de desarrollo profesional por empleado/año			
17.9. Porcentual de facturación bruta que se gasta en desarrollo profesional y educación			
17.10. Número total de analfabetos en la fuerza de trabajo			
17.11. Porcentual de mujeres analfabetas en la fuerza de trabajo			
17.12. Porcentual de mujeres con enseñanza básica (del primero al cuarto grado de primaria) en la fuerza de trabajo			
17.13. Porcentual de mujeres con enseñanza básica (del quinto al octavo grado de primaria) en la fuerza de trabajo			
17.14. Porcentual de mujeres con bachillerato completo en la fuerza de trabajo			
17.15. Porcentual de mujeres con enseñanza superior completa en la fuerza de trabajo			
17.16. Porcentual de hombres analfabetos en la fuerza de trabajo			
17.17. Porcentual de hombres con enseñanza básica (del primero al cuarto grado de primaria) en la fuerza de trabajo			

	2004	2005	2006
17.18. Porcentual de hombres con enseñanza básica (del quinto al octavo grado de primaria) en la fuerza de trabajo			
17.19. Porcentual de hombres con bachillerato completo en la fuerza de trabajo			
17.20. Porcentual de hombres con enseñanza superior completa en la fuerza de trabajo			

Indicador 18 – Conducta Frente a Despidos

Para conducir procesos de despidos, la compañía:



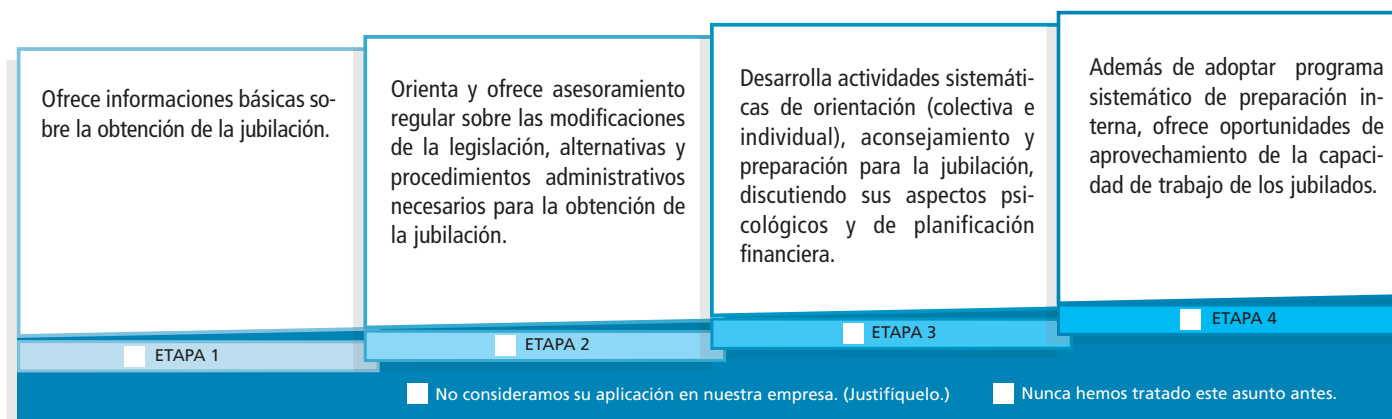
INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	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 política para minimización y mejoría de ese indicador?	☐	☐
18.3. ¿busca establecer diálogo estructurado con instancias del gobierno local, especialistas, ONGs y sindicatos para conocer, entender, prever y reducir el impacto de un posible cierre de unidades de negocios o plantas, o de la eventual necesidad de corte de personal?	☐	☐
18.4. ¿busca asociaciones con organizaciones especializadas para desarrollar programas de capacitación y estímulo al emprendedorismo?	☐	☐
18.5. ¿ante la necesidad de reducción de personal, prevé una comunicación dirigida a los empleados remanentes sobre las razones que nortearon las decisiones tomadas?	☐	☐

	2004	2005	2006
18.6. Número de empleados al final del periodo			
18.7. Total del pasivo laboral al final del periodo			
18.8. Total de demandas laborales en abierto al final del periodo			
18.9. Número total de despidos en el periodo			
18.10. Número total de admisiones en el periodo			
18.11. Porcentual de despidos mayores de 45 años de edad en relación al número total de despidos			

Indicador 19 – Preparación para Jubilación

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



INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	SÍ	NO
19.1. ¿ofrece programa de seguridad social complementario a todos sus empleados?	☐	☐
19.2. ¿involucra a los familiares de los empleados en el proceso de preparación para la jubilación?	☐	☐
19.3. ¿participa en la elaboración de políticas públicas con el foco centrado en los mayores?	☐	☐
19.4. ¿participa o apoya programas y campañas públicas o privadas de valoración de los mayores?	☐	☐

	2004	2005	2006
19.5. Número de empleados que participaron en el programa de preparación para jubilación:			
19.6. Número de liderazgos y jefaturas entrenadas sobre la cuestión del impacto emocional de la jubilación e importancia de la preparación del empleado:			

NOTAS

- 18 Para más informaciones sobre temas relacionados al trabajo, visite el sitio del Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Sócio-econômicos (Dieese): www.dieese.org.br
- 19 Véase el manual del Instituto Ethos *O que as Empresas Podem Fazer pela Criança e pelo Adolescente*, disponible para download gratis en el sitio www.ethos.org.br
- 20 Todas las empresas de medio y grande porte deben contratar aprendices en número equivalente al 5% como mínimo y el 15% como máximo del total de empleados cuyas funciones demanden formación profesional. Las micro y pequeñas empresas no están obligadas a contratar aprendices, pero pueden hacerlo, contribuyendo así para la formación profesional de adolescentes. Más informaciones en el sitio www.leidoaprendiz.org.br
- 21 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. La Constitución Federal usa esta nomenclatura, que está reglamentada por medio de la Consolidação de Leis do Trabalho (CLT), sección V. Otra referencia es la Convención 183 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que está en vigor desde 2002. Esa convención es una revisión de las convenciones anteriores de mismo tema (Convención 3 de 1919 y Convención 103 de 1952), ratificadas por Brasil.
- 22 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”. El Fondo pone a disposición en su sitio la colección *Família Brasileira Fortalecida*, álbumes que aclaran los cuidados necesarios con los niños desde la gestación hasta los 6 años de edad. Más informaciones en el sitio www.unicef.org.br
- 23 Véanse las publicaciones del Instituto Ethos *Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade* disponible para download gratuito en el sitio www.ethos.org.br
- 24 La Constitución Federal considera el racismo un crimen sin fianza e imprescriptible. La Ley 7716/89, actualizada por la ley 9459/97, establece pena de uno a tres años de reclusión y multa para quienes induzcan, inciten o practiquen los crímenes de discriminación o prejuicio de raza, color, etnia, religión o procedencia nacional.
- 25 Véanse las encuestas *Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas*, Pesquisa 2003, 2004 e 2005 y el manual *“O Compromisso das Empresas com a Promoção da Igualdade Racial”*, disponibles para download gratuito en www.ethos.org.br
- 26 Véanse los manuales del Instituto Ethos *“O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher”* y *“Como as Empresas Podem Investir na Saúde da Mulher”* disponibles para download gratuito en www.ethos.org.br
- 27 La SA8000 es la primera norma volcada a la mejoría de las condiciones de trabajo, abarcando los principales derechos de los trabajadores (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).
- 28 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+Business/Standards/Building/bs8800.xalter.)
- 29 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).
- 30 Acoso moral “es la exposición de los trabajadores 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 não 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)
- 31 Crimen pasible de pena de uno a dos años de reclusión para quienes “apremien a otra persona con el intuito de obtener ventaja o favorecimiento sexual, prevaleciéndose el agente de condición superior jerárquica o ascendencia inherentes al ejercicio del empleo, cargo o función”. Ley 10.224, artículo 216 del Código Penal Brasileiro.
- 32 Véase el manual del Instituto Ethos *“O Que as Empresas Podem Fazer pela Educação”*, disponible para download gratuito en www.ethos.org.br

Medio Ambiente

RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS

Indicador 20 – Comprometimiento con la Mejoría de la Calidad Ambiental

Indicador 21 – Educación y Concienciación Ambiental

GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

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

Indicador 23 – Sustentabilidad de la Economía Forestal

Indicador 24 – Minimización de Entradas y Salidas de Materiales

Indicador 20 – Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental

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

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 área o comité responsable del medio ambiente.	Trata la cuestión ambiental como tema transversal en su estructura organizativa y la incluye en la planificación estratégica.	Desarrolla nuevos negocios (o nuevos modelos para negocios ya existentes) llevando en cuenta, desde la concepción, los principios y las oportunidades relacionadas a la sustentabilidad ambiental.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4
☐ No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.) ☐ Nunca hemos tratado este asunto antes.			

INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	SÍ	NO
20.1. ¿es la política ambiental formal, todos los empleados la conocen y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?	☐	☐
20.2. ¿mantiene una persona responsable por el área de medio ambiente que participa en 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 ³³ por medio de política específica y/o proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados ³⁴ ?	☐	☐
20.5. ¿tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de exploración ilegal de recursos naturales (como madera, productos forestales no madereros, animales etc.)?	☐	☐
20.6. ¿tiene procesos para mapeo, análisis y acción sistémica para la mejoría de la calidad ambiental?	☐	☐

Indicador 21 – Educación y Concienciación Ambiental

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

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

INFORMACIONES ADICIONALES

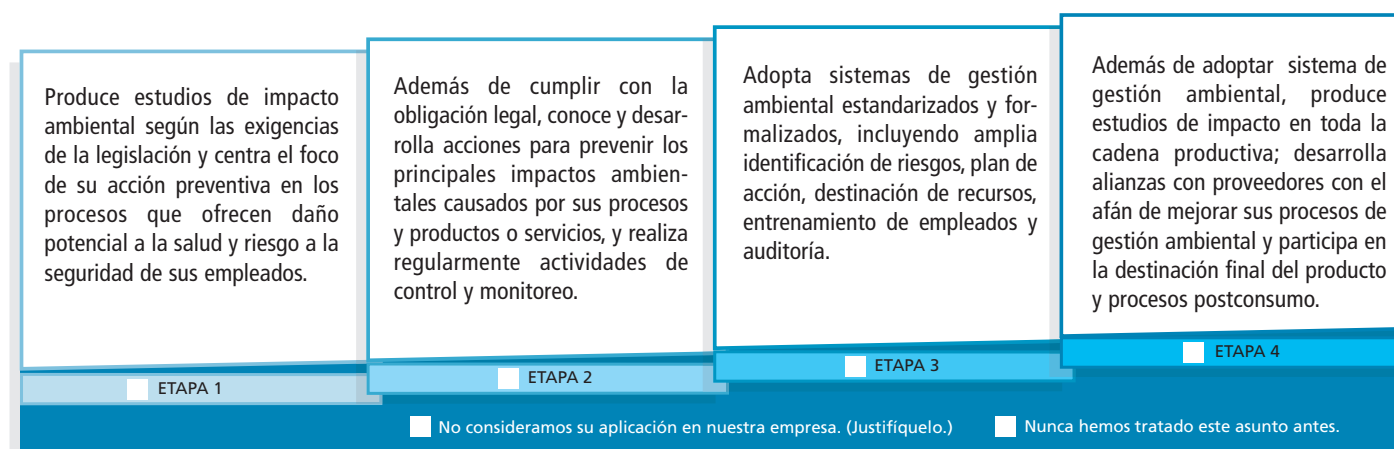
La compañía:	SÍ	NO
21.1. ¿desarrolla periódicamente campañas internas de reducción del consumo de agua y de energía?	☐	☐
21.2. ¿desarrolla periódicamente campañas internas de educación con base en los 3Rs ³⁵ ?	☐	☐
21.3. ¿desarrolla periódicamente campañas internas de educación para el consumo conciente ³⁶ ?	☐	☐

Medio Ambiente

GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

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

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



INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	SÍ	NO
22.1. ¿posee plan de emergencia ambiental que relaciona todos sus procesos y productos o servicios que involucren situaciones de riesgo, y entrena a sus empleados en intervalos frecuentes para enfrentar tales situaciones?	☐	☐
22.2. ¿posee 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 compañía como de sus contratados)?	☐	☐
22.3. ¿posee programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, para la recolección de materiales tóxicos o reciclados postconsumo?	☐	☐
22.4. ¿provee a sus consumidores y clientes informaciones detalladas sobre daños ambientales resultantes del uso y de la destinación final de sus productos?	☐	☐
22.5. ¿discute con empleados, consumidores y clientes, proveedores y la comunidad los impactos ambientales causados por sus productos o servicios?	☐	☐
22.6. ¿la compañía prioriza la contratación de proveedores que comprobablemente tengan buena conducta ambiental?	☐	☐
22.7. ¿ha recibido avales de las normas ambientales como ISO14001, FSC etc.?	☐	☐

	2004	2005	2006
22.8. Promedio de cantidad de incidentes, actuaciones y/o multas por violación de las normas de protección ambiental.			
22.9. Total del pasivo ambiental al final del periodo:			

Indicador 23 – Sustentabilidad de la Economía Forestal³⁷

Con el objetivo de contribuir para la conservación y combatir la exploración ilegal y predatoria de nuestras florestas, y proteger la biodiversidad, la compañía:

Reconoce la importancia de verificación del origen y de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales ³⁸ utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo. No adopta política interna o programa específico	Mantiene política o programa específico para verificación del origen y de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo.	Los insumos madereros y forestales utilizados en la operación diaria y/o proceso productivo tienen certificación de origen y de la cadena de custodia ³⁹ .	Las instalaciones y/o productos de la empresa tienen certificación de origen y de la cadena de custodia.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4
☐ No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.) ☐ Nunca hemos tratado este asunto antes.			

INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:			SÍ	NO
23.1. ¿realiza visitas programadas o eventualmente no programadas para realizar el monitoreo del origen o cadena de producción de los insumos madereros y forestales?			☐	☐
23.2. ¿incentiva a sus proveedores a buscar la certificación forestal?			☐	☐
23.3. ¿prioriza y apoya a los proveedores comprometidos con la sustentabilidad de las florestas?			☐	☐
	2004	2005	2006	
23.4. Visitas programadas o no programadas realizadas para monitoreo del origen o cadena de custodia:				
23.5. Cantidades de insumos utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo con origen verificado:				
23.6. Cantidades de insumos utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo con cadena productiva certificada:				

Indicador 24 – Minimización de Entradas y Salidas de Materiales

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

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

INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	SÍ	NO
24.1. ¿tiene iniciativas para el uso de fuentes de energía renovables?	☐	☐
24.2. ¿mantiene acciones de control de la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a su servicio?	☐	☐

La compañía tiene sistema de monitoreo con metas específicas para:

24.3. ¿el aumento de la eficiencia energética?	☐	☐
25.4. ¿la reducción del consumo de agua?	☐	☐
24.5. ¿la reducción de generación de residuos sólidos?	☐	☐
24.6. ¿la reducción de emisión de CO ₂ y otros gases del efecto invernadero en la atmósfera?	☐	☐

	2004	2005	2006
24.7. Total invertido en programas y proyectos de mejoría ambiental (en reales)			
24.8. Porcentual de la facturación bruta destinado a programas y proyectos de mejoría ambiental			
24.9. Consumo anual de energía (en Kwh.)			
Consumo anual de combustibles fósiles:			
24.10. Gasolina/diesel (en litros)			
24.11. Óleo combustible (en toneladas)			
24.12. Gas – LPG/GN (en m ³)			
24.13. Consumo anual de agua (en m ³)			
24.14. Volumen promedio anual de CO ₂ y otros gases del efecto invernadero emitidos en la atmósfera (en toneladas)			
24.15. Cantidad anual (en toneladas) de residuos sólidos generados (basura, desechos, escombros etc.)			

NOTAS

- 33 Fruto de la Rio 92, la CDB constituye importante convención multilateral. Cuenta con 187 países signatarios, además de la Unión Europea. Brasil ha iniciado su mandato en marzo pasado, durante la 8ª Conferencia de las Partes de la CDB (COP8), realizada en Pinhais, en la Região Metropolitana de Curitiba, y promovida por la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Brasil deja la presidencia en 2008, cuando se instalará en Alemania la COP9 - Fuente: <http://www.mma.gov.br/lascom/ultimas/index.cfm?id=2547> - Para saber cómo apoyar la Convención de la Biodiversidad, acceda al: <http://www.wbcsd.org/web/publications/busines-bio-portugese.pdf> e <http://www.biodiv.org/default.shtml>
- 34 Para ver el listado, visite el sitio de The World Conservation Union: <http://www.iucn.org>
- 35 Según la Agenda 21 (<http://www.mma.gov.br/port/selagen21/cap21.html>), los 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 y, al fin, la cantidad de basura. 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. Por su lado, la Reutilización abarca las actividades que aprovechan productos antes de su desecho para reuso directo (reverso de hojas de papel y de cascos, por ejemplo), Restauros, repuestos de usados, artesanía con sobras etc. El Reciclaje es la recuperación de los materiales desechados, que modifican sus características físicas. Es distinto de la reutilización, en que los desechados mantiene sus características. El reciclaje puede ser directo (preconsumo) cuando se reprocesan materiales desechados en la misma línea de producción, como virutas de papel, rebordes metálicos, etc., o indirecto (postconsumo), cuando se reprocesan materiales desechados como basura por sus usuarios. Más informaciones: <http://www.cecae.usp.br/recicla/> o <http://www.cempre.org.br/>
- 36 Cualquier organización, en sus elecciones cotidianas, puede ayudar a construir una sociedad más sustentable 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 conciente, acceda al sitio del Instituto Akatu pelo Consumo Consciente: <http://www.akatu.net>
- 37 Véase el manual del Instituto Ethos “O Compromisso das Empresas com o Meio Ambiente – A Agenda Ambiental e a Sustentabilidade da Economia Florestal”, mayo/2005 – disponible para download en www.ethos.org.br
- 38 Una organización conciente de su papel en la cadena de consumo y producción, y principalmente de su poder de interferir por medio de su liderazgo, ayuda a conservar las florestas remanentes, la biodiversidad y actúa en el sentido de distribuir en forma equitativa la riqueza obtenida por su utilización. Y puede cambiar la actual situación de exploraciones ilegales y predatorias de las florestas y de la distribución desigual e injusta de las riquezas obtenidas por la exploración de la biodiversidad, que es un bien común, es decir, de toda la Humanidad. Ejemplos de productos provenientes de la floresta utilizados en la operación diaria o en la producción: celulosa para papel, embalajes, madera para muebles, lápices, pisos, madera para la construcción civil; entre otros. Además de estos productos, existen los no madereros como óleos, hierbas y frutas utilizados en la fabricación de diversos productos como medicamentos, alimentos, cosméticos etc. Más informaciones: www.compradores.org.br y www.amazonia.org.br Para conocer la Convenção da Biodiversidade, acceda al <http://www.cdb.gov.br/>, <http://www.wbcsd.org/web/publications/busines-bio-portugese.pdf> e <http://www.biodiv.org/default.shtml>
- 39 Una de las certificaciones más importantes es la FSC, Forest Stewardship Council, que significa Consejo de Manejo Forestal, difunde 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 conciente 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. El sistema rastrea los productos intermediarios o finales que utilizan materia prima forestal con el sello Cadeia de Custódia FSC desde la materia prima de la floresta hasta el consumidor final. (Más informaciones en www.fsc.org.br).

Proveedores

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN 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

Indicador 25 – Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

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

Adopta políticas de selección y evaluación de proveedores y aliados conocidas por las partes involucradas y basadas sólo en factores como calidad, precio y plazo.	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.	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.	Además de los criterios descritos anteriormente, exige que sus proveedores reproduzcan sus exigencias respecto a la responsabilidad social para sus respectivos proveedores, y que monitoreen esos criterios periódicamente.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4

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

INFORMACIONES ADICIONALES

	SÍ	NO
25.1. ¿Constan 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?	☐	☐
La compañía:		
25.2. ¿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?	☐	☐
25.3. ¿adopta política explícita o programa específico de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores?	☐	☐
25.4. ¿produce informe periódico con evidencias de que se están cumpliendo e implementando las cuestiones relacionadas a la responsabilidad social empresarial en su cadena productiva?	☐	☐
25.5. ¿discute cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores, con vistas al entrenamiento y adecuación de sus criterios?	☐	☐
25.6. ¿establece plazo formal para la conformidad de sus proveedores con sus criterios de responsabilidad social?	☐	☐
25.7. ¿al exigir prácticas de responsabilidad social de sus proveedores, realiza visitas de inspección de esas prácticas?	☐	☐
25.8. ¿conoce en profundidad el origen de las materias primas, insumos y productos utilizados en su producción o en las operaciones diarias y tiene la garantía de que en esos orígenes se respetan los derechos humanos y el medio ambiente?	☐	☐
25.9. ¿adopta criterios de compra que contemplan la garantía de origen para evitar la adquisición de productos "piratas", falsificados o fruto de robo de carga?	☐	☐

	2004	2005	2006
25.10. Porcentual del total de proveedores que han recibido visita de inspección de prácticas de responsabilidad social			
25.11. Entrenamientos, cursos, conferencias o reuniones sobre prácticas de responsabilidad social ofrecidas a los proveedores			
25.12. Total de proveedores			
25.13. Total pagado por bienes, materiales y servicios adquiridos en el periodo			

Indicador 26 – Trabajo Infantil en la Cadena Productiva⁴⁰

En sus relaciones con proveedores y aliados, la compañía:

Posee políticas formales con el objetivo de contribuir para la erradicación del trabajo infantil, discute la cuestión con los proveedores y los estimula a cumplir la legislación.	Además de discutir la cuestión, posee cláusula específica en sus contratos relativa a la prohibición del trabajo infantil.	Además de poseer esa cláusula, verifica su cumplimiento periódicamente y realiza campañas de concienciación para todos los proveedores y asume públicamente la postura en contra de la mano de obra infantil.	Articula programas y actividades para erradicar el trabajo infantil en forma general, asociada a organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4

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

INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:			SÍ	NO
26.1. ¿tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes sobre su cadena productiva, realizando inspecciones in loco y exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra infantil?			☐	☐
	2004	2005	2006	
26.2. Total de actuaciones por uso de mano de obra infantil en la cadena productiva:				

Indicador 27 – Trabajo Forzado (o Análogo al Esclavo) en la Cadena Productiva⁴¹

En sus relaciones con proveedores y aliados, la compañía:

Posee políticas formales con el objetivo de contribuir para la erradicación del trabajo forzado, discute la cuestión con los proveedores y los estimula a cumplir la legislación.	Además de discutir la cuestión, posee en sus contratos cláusula específica relativa a la prohibición del trabajo forzado.	Además de poseer en sus contratos cláusulas específicas que prohíben el trabajo forzado, verifica su cumplimiento periódicamente y realiza campañas de concienciación para todos los proveedores y asume públicamente la postura en contra del trabajo forzado.	Articula programas y actividades que tienen el afán de erradicar el trabajo forzado en forma general, junto con los aliados de las organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4

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

Proveedores

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN CON PROVEEDORES

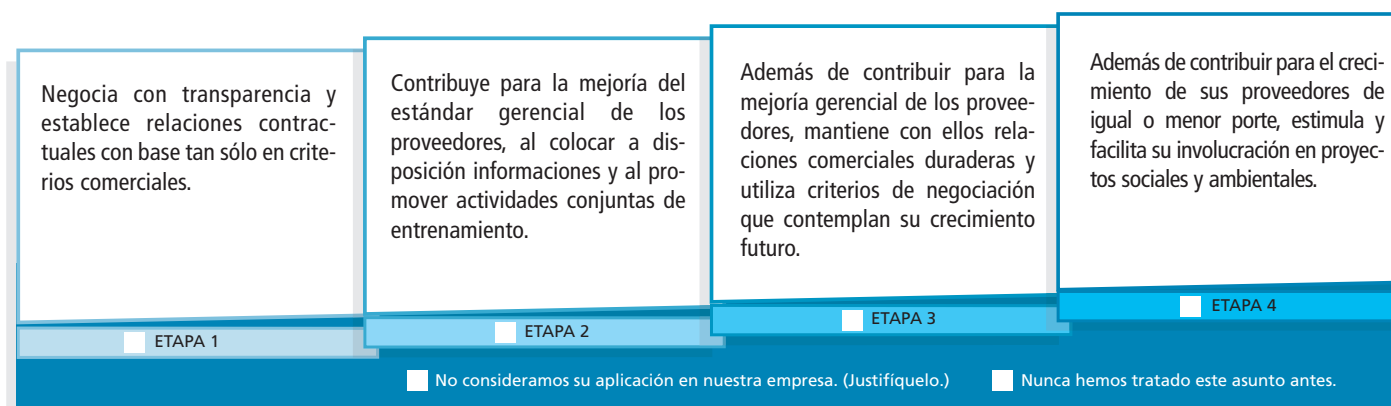
INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	SÍ	NO
27.1. ¿tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e 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 su nombre está en la Lista Negra de trabajo forzado en el Ministerio del Trabajo ⁴² ?	☐	☐

	2004	2005	2006
27.3. Cantidad de actuaciones que recibió la compañía del Ministerio del Trabajo respecto al uso de trabajo forzado			

Indicador 28 – Apoyo al Desarrollo de Proveedores⁴³

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



INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	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 indígenas, personas con discapacidad etc.)?	☐	☐
28.2. ¿apoya a organizaciones que practican y promueven el Comercio Justo ⁴⁴ ?	☐	☐
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 estándares de suministro?	☐	☐
28.5. ¿tiene política de compras que privilegien a proveedores con certificación socioambiental (como son las SA8000 ⁴⁶ , ISO 14000 ⁴⁷ , FSC ⁴⁸ , FLO ⁴⁹ , NBR16601 ⁵⁰ etc.)?	☐	☐
28.6. ¿tiene mecanismos formales que permitan que 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 prestación de cuentas?	☐	☐
28.7. ¿posee la figura del 'defensor' para proveedores o función similar para asegurar una relación de alianza con esa parte interesada?	☐	☐

NOTAS

- 40 Convención (138) de la OIT sobre la edad mínima para admisión al empleo. La Convención 138 sobre la edad mínima de admisión al empleo, adoptada por la OIT en 1973, establece niveles mínimos de edad para la admisión al empleo y al trabajo para prevenir y eliminar el trabajo infantil. Integra actualmente el conjunto de las ocho convenciones de la OIT fundamentales para la promoción de los derechos humanos en el trabajo. Fuente: http://www.mre.gov.br/portugues/politica_externa/temas_agenda/desenvolvimento/trabalho_oit.asp (Ministério das Relações Exteriores)
- 41 Artículo 2º de la Convención 29 de la OIT sobre el Trabajo Forzado u Obligatorio. Define y limita el uso de la expresión “trabajo forzado u obligatorio”, a la que se refiere 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 www.ilo.org/public/portuguese/region/ampro/brasil/trabalho_forcado/oit/faq/p1.htm.
- 42 El Ministério do Trabalho ha divulgado el segundo listado, organizado por estados, donde se ubican las empresas, nombre del empleador, CPF o CGC, nombre de la empresa y cantidad de trabajadores en situación análoga a la esclavitud, en condiciones precarias de higiene, sin alimentación adecuada, sin pago y con documentos retenidos. Más informaciones: www.mte.gov.br/noticias/conteudo/5773.asp
- 43 Véase el manual del Instituto Ethos “Como Fortalecer a Responsabilidade Social nas Relações entre Grandes e Pequenas Empresas”, disponible para download gratuito en www.ethos.org.br
- 44 “Comercio Justo” es la expresión utilizada en Brasil para identificar el movimiento internacional Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade disponible para download gratuito en el sitio www.ethos.org.br. 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. (Más informaciones en www.facesdobrasil.org.br)
- 45 La organización podrá iniciar estas priorizaciones en compras esporádicas como regalos promocionales, por ejemplo. El cambio requiere un mapeo de todos los insumos y materiales y o servicios utilizados en su actividad y una planificación.
- 46 Véase la nota 23
- 47 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.)
- 48 Una de las certificaciones más importantes es la FSC, Forest Stewardship Council, que significa Consejo de Manejo Forestal, difunde 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 el consumidor conciente a optar por un producto que no degrada el medio ambiente y contribuye para el desarrollo social y económico. También orienta al comprador de mayoreo o minoreo a elegir un producto diferenciado y con valor añadido, capaz de conquistar un público más exigente y abrir, en esta forma, nuevos mercados. El sistema rastrea los productos intermediarios o finales que utilizan materia prima forestal con el sello Cadeia de Custódia FSC desde la materia prima de la floresta hasta el consumidor final. (Más informaciones en www.fsc.org.br.)
- 49 FLO (Fair Trade Labelling Organizations) es una organización internacional de certificación de productos de comercio justo.
- 50 Norma brasileña de responsabilidad social, publicada en 2004. Acceda: www.abnt.org.br

Consumidores y Clientes

DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

Indicador 29 – Política de Comunicación Comercial

Indicador 30 – Excelencia de la Atención

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

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 compañía:

Actúa rigurosamente de acuerdo a la legislación de defensa del consumidor. Focaliza sus estrategias de comunicación en los objetivos relacionados a volumen de ventas y resultados financieros.	Tiene una política formal de comunicación alineada con sus valores y principios, que abarca todo su material de comunicación, tanto interno como externo.	Tiene conciencia de su papel en la formación de valores y estándares de consumo y comportamientos de la sociedad y actúa en forma tal, que su comunicación posibilita la creación de valores positivos en la sociedad, para contribuir con el desarrollo sustentable.	Además de adoptar esa política de comunicación, desarrolla alianzas con proveedores, distribuidores, asistencia técnica y representantes de consumidores, para crear una cultura de responsabilidad y transparencia en la comunicación.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4

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

INFORMACIONES ADICIONALES

	SÍ	NO
29.1. ¿Consta la política de comunicación comercial en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?	☐	☐
La compañía:		
29.2. ¿actualiza cuando es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, bulas, 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 para alteraciones en las características de sus productos o servicios (composición, calidad, plazos, peso, precio etc.)?	☐	☐
29.4. ¿tiene política formal contra propaganda que coloque a los niños, adolescentes, negros, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, apremiante, de riesgo o falta de respeto?	☐	☐
29.5. ¿realiza previo análisis de piezas publicitarias para verificar la conformidad con sus valores y principios?	☐	☐
29.6. ¿tiene políticas específicas para asegurar que la comunicación volcada al público infante juvenil ⁵² sea responsable?	☐	☐
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 la conformidad con la Declaración Universal de los Derechos Humanos?	☐	☐
29.9. ¿ha tenido en los últimos tres años, alguna campaña o pieza de comunicación que haya sido objeto de reclamación de clientes, proveedores o de la competencia?	☐	☐
29.10. ¿ha tenido en los últimos tres años, alguna campaña o piezas publicitarias recogidas 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 compañía:

Posee un servicio de atención básica receptivo, ampliamente divulgado, con el foco centrado en la información y en la solución de demandas individuales.	Proporciona fácil acceso del consumidor/cliente al servicio de su interés, registra y comunica internamente sus manifestaciones, resolviendo rápida e individualmente las demandas y orientándolo sobre los procedimientos adoptados.	Además de registrar las manifestaciones y resolver rápidamente las demandas, 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 las partes involucradas en el proceso, como público interno, consumidores y clientes, proveedores, organizaciones de la sociedad civil etc.
☐ ETAPA 1	☐ ETAPA 2	☐ ETAPA 3	☐ ETAPA 4
☐ No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.)			
☐ Nunca hemos tratado este asunto antes.			

INFORMACIONES ADICIONALES

	2004	2005	2006
30.1. Ventas líquidas			
30.2. Total de consumidores o clientes			
	SÍ	NO	
30.3. ¿Constan la política y las normas de relaciones con clientes y consumidores en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?	☐	☐	
La compañía:			
30.4. ¿tiene un defensor del consumidor o función similar?	☐	☐	
30.5. ¿ofrece la compañía 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?	☐	☐	
30.6. ¿promueve la compañía entrenamiento continuo de sus profesionales de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor?	☐	☐	
30.7. ¿entrena e incentiva a su profesional de atención al público a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas?	☐	☐	
30.8. ¿advierte continuamente a su profesional de atención al público y áreas correlatas 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?	☐	☐	
30.9. ¿acompaña la compañía el servicio de atención a consumidores/clientes por indicadores y tiene representación en los procesos de toma de decisión de la empresa?	☐	☐	
30.10. ¿al vender productos y servicios, utiliza la compañía sólo argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente?	☐	☐	
30.11. ¿tiene política explícita de no soborno para obtención de decisión de compra de productos o contratación de servicios?	☐	☐	
30.12. ¿adopta una política formal de protección a la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario?	☐	☐	
30.13. ¿le informa al cliente el propósito de recolección de informaciones personales antes de hacerlas?	☐	☐	
30.14. ¿le solicita al cliente tan sólo las informaciones personales relevantes y nada además de los objetivos para los cuales declara ser necesarias?	☐	☐	
30.15. ¿provee informaciones de registro del cliente a terceros sólo mediante su autorización?	☐	☐	
30.16. ¿adopta una política que le permite al consumidor, cliente o usuario incluir, alterar y excluir datos del banco de informaciones de la empresa?	☐	☐	

INFORMACIONES ADICIONALES

	2004	2005	2006
30.17. Total de llamadas recibidas por el SAC			
30.18. Porcentual de reclamos en relación al total de llamadas recibidas por el SAC			
30.19. Porcentual de reclamos no atendidos por el SAC			
30.20. Tiempo promedio de espera en el teléfono del SAC hasta el inicio de la atención (en minutos)			
30.21. 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 servicios⁵³, la compañía:

Realiza esporádicamente estudios e investigaciones técnicas sobre daños potenciales de sus productos y servicios para los consumidores/clientes.	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.	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.	Considera, además, los valores y principios de la empresa, el desarrollo sustentable y la ética⁵⁴ dimensiones importantes en la concepción o reformulación, fabricación y venta de sus productos y/o servicios.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4

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

INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	SÍ	NO
31.1. ¿mantiene programa especial con foco en salud y seguridad del consumidor/cliente de sus productos y servicios?	☐	☐
31.2. ¿posee sistemas internos ágiles y capacita 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 Brasil o exportados?	☐	☐
Respecto a violaciones del Código de Defensa del Consumidor, la compañía:		
31.6. ¿ya ha tenido productos multados por el incumplimiento de reglamento sobre la información y rotulado?	☐	☐

Respecto a violaciones del Código de Defensa del Consumidor:	2004	2005	2006
31.7. Cantidad de demandas administrativas (Procon, Vigilância Sanitária, Ipem etc.)			
31.8. Cantidad de demandas judiciales (civiles y criminales) recibidos			

NOTAS

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

52 Según el Instituto Alana, 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". Trecho extraído de la Revista *Adiante* de

mayo de 2006, del Centro de Estudos de Sustentabilidade, GVces. Acceda a http://www.ces.fgvsp.br/arquivos/2005_05_junho.htm Para saber más sobre el Instituto Alana, acceda: <http://www.institutoalana.org.br>

53 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.

54 Nos estamos refiriendo al principio kantiano de sólo hacer a los demás lo que harían a sí mismos. Véase: "Ética Empresarial no Brasil", de

Comunidad

RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL

Indicador 32 – Administración del Impacto de la Compañía en la Comunidad de Entorno

Indicador 33 – Relaciones con Organizaciones Locales

ACCIÓN SOCIAL

Indicador 34 – Financiamiento de la Acción Social

Indicador 35 – Involucración de la Compañía con la Acción Social

Indicador 32 – Gerenciamiento del Impacto de la Compañía 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 compañía:

Procura tomar medidas reparadoras en respuesta a reclamos y manifestaciones 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 providencias tomadas.	Posee una política formal de anticiparse a demandas de la comunidad e informarla sobre actuales y futuros planes e impactos de sus actividades, e involucra a la comunidad en la resolución de los problemas.	Además de poseer una política formal de relación con la comunidad, mantiene comités permanentes o grupos de trabajo con la participación de liderazgos locales para analizar sus actividades y monitorear sus impactos.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4

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

INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	SÍ	NO
32.1. ¿reconoce la comunidad en que está presente como parte interesada importante en sus procesos decisorios?	☐	☐
32.2. ¿adopta 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 del encaminamiento de soluciones?	☐	☐
32.4. ¿contribuye con mejorías en la infraestructura o en el ambiente local que pueda la comunidad disfrutar (vivienda, carreteras, puentes, escuelas, hospitales, etc.)?	☐	☐
32.5. ¿tiene programa para emplear, en las respectivas actividades y en la medida practicable, el mayor número de personas del local, dándoles formación, con el objetivo de aumentar los niveles de cualificación de la comunidad en que está insertada, en cooperación con sindicatos, 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. ¿conciencia y entrena a sus empleados para respetar los valores y tradiciones 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, ¿adopta la compañía políticas, procedimientos y normas formales para valorar y preservar el patrimonio cultural, humano y conocimientos y prácticas tradicionales de las poblaciones indígenas?	☐	☐

En los últimos tres años, ha recibido la compañía reclamos o manifestaciones de la comunidad (petitorios, peticiones con muchas firmas, protestas) por los motivos listados a continuación:

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 Locales55

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

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

INFORMACIONES ADICIONALES

Table with 3 columns: Question, Sí, NO.
Row 1: La compañía:
Row 2: 33.1. ¿hace un relevamiento de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad?
Row 3: 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 compañía está basado en:

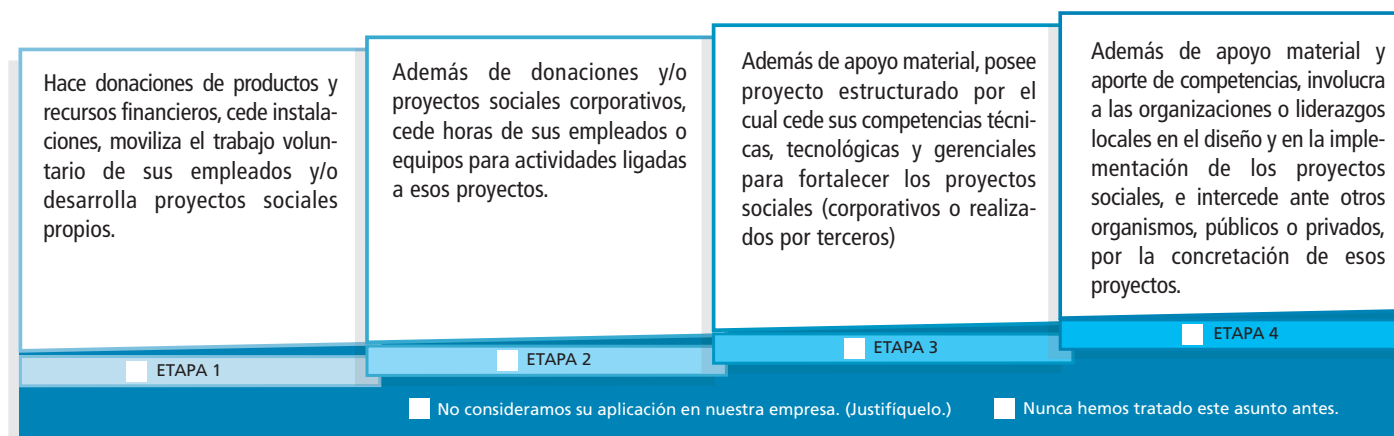
Diagram showing four stages of social action financing:
ETAPA 1: Fondo variable, administrado arbitrariamente por director o gerente, en respuesta a solicitudes externas.
ETAPA 2: Fondos definidos en presupuesto anual, administrados con transparencia por comité o grupo de trabajo, conforme criterios preestablecidos.
ETAPA 3: Programa social estructurado o inversión social privada, administrada por equipo especializado, con dotación presupuestaria estable y con público, metas y estrategias definidos.
ETAPA 4: Programa social estructurado o inversión social privada que cuenta con mecanismo propio para la generación de ingresos, estando asegurada su continuidad a largo plazo (fondo patrimonial y/o porcentual fijo sobre la facturación de la empresa).
Footer: No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.) Nunca hemos tratado este asunto antes.

INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	SÍ	NO
34.1. ¿incluye la acción social y sus responsables en el proceso general de planificación estratégica?	☐	☐
34.2. ¿posee mecanismos para estimular proveedores, accionistas y otras partes involucradas a hacer donaciones financieras?	☐	☐
34.3. ¿utiliza especialistas en el ciclo de planificación, monitoreo y evaluación de su acción social?	☐	☐
34.4. ¿planea su acción social con vistas a maximizar su impacto a largo plazo?	☐	☐
34.5. ¿optimiza el impacto de su acción social impulsando recursos de otras compañías 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? Involucración de la Compañía con la Acción Social ⁵⁷	☐	☐

Indicador 35 —Involucración de la Compañía con la Acción Social⁵⁷

Como forma de concretar su acción social, la compañía:



INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	SÍ	NO
35.1. ¿utiliza los incentivos fiscales de deducción o descuento de 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 pagadas para el trabajo voluntario?	☐	☐
Respecto a la gobernanza de la acción social, la compañía:		
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?	☐	☐

	2004	2005	2006
35.5. Porcentual 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)			
35.6. Porcentual correspondiente a donaciones en productos y servicios, del total destinado a la acción social:			
35.7. Porcentual correspondiente a donaciones en especie, del total destinado a la acción social			
35.8. Porcentual correspondiente a inversiones en proyecto social propio, del total destinado a la acción social			
35.9. Porcentual correspondiente a la publicidad, del total destinado a la acción social			
35.10. Porcentual de empleados que realizan trabajo voluntario en la comunidad externa a la compañía			
35.11. Cantidad de promedio de horas mensuales donadas (liberadas del horario laboral) por la compañía para trabajo voluntario de empleados			

NOTAS

55 Véanse los siguientes manuales del Instituto Ethos: *O que as Empresas Podem Fazer pela Erradicação da Pobreza, Segurança Alimentar e Nutricional: a Contribuição das Empresas para a Sustentabilidade das Iniciativas Locais, Segurança Alimentar: a Contribuição das Entidades Empresariais, O que as Empresas Podem Fazer pela Inclusão Digital* y *Como as Empresas Podem Apoiar e Participar do Combate à Fome*. Todos disponibles para download gratuito en www.ethos.org.br

56 *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. Más informaciones en www.gife.org.br*

57 Véanse los manuales del Instituto Ethos: *Como as Empresas Podem Implementar Programas de Voluntariado* y *Como as Empresas Podem Participar de Programas de Segurança Alimentar com a Mobilização dos Funcionários*, disponibles para download gratuito en www.ethos.org.br

Gobierno y Sociedad

TRANSPARENCIA POLÍTICA

Indicador 36 — Contribuciones para Campañas Políticas

Indicador 37 — Construcción de la Ciudadanía por las Empresas

Indicador 38 — Prácticas contra la corrupción y la coima

LIDERAZGO SOCIAL

Indicador 39 — Liderazgo e Influencia Social

Indicador 40 — Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

Indicador 36 – Contribuciones para Campañas Políticas58

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

Diagram showing four stages of political campaign financing:
ETAPA 1: Cuando financia a un candidato, lo hace limitando la decisión a los miembros de la alta directiva, dentro de los parámetros establecidos por la legislación.
ETAPA 2: Cuando financia a un candidato, se fundamenta en reglas y criterios definidos internamente, permitiendo al público interno el acceso a las informaciones sobre la decisión tomada.
ETAPA 3: La decisión de financiamiento o no financiamiento se toma de forma transparente, permitiendo el acceso de las partes involucradas a las informaciones y requiriendo del financiado la respectiva comprobación y registro de la donación.
ETAPA 4: Además de lo descrito en la etapa anterior, promueve campañas de concienciación política, ciudadanía e importancia del voto, involucrando a todos los empleados y otras partes involucradas.
Footer: No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.) Nunca hemos tratado este asunto antes.

INFORMACIONES ADICIONALES

Table with 3 columns: Question, Sí, No.
Row 1: 36.1. ¿En los últimos cinco años, la compañía fue mencionada negativamente en la prensa por contribuir financieramente para campaña política?
Row 2: 36.2. ¿Tiene la compañía norma explícita de no utilización del poder económico para influenciar contribuciones de otras compañías, proveedores, distribuidores y otros aliados?

Indicador 37 – Construcción de la Ciudadanía59 por las Empresas

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

Diagram showing four stages of citizenship building:
ETAPA 1: Desarrolla actividades eventuales, cuyo foco se centra en la educación para la ciudadanía, abordando derechos y deberes.
ETAPA 2: Desarrolla periódicamente actividades de educación para la ciudadanía y permite la libre discusión e intercambio de informaciones sobre temas políticos.
ETAPA 3: Además de eso, promueve o apoya por medio de alianzas, la organización de debates, foros de discusión con candidatos políticos, con el objetivo de asegurar el voto conciente.
ETAPA 4: Asume el papel de formar ciudadanos y desarrolla programas de educación para la ciudadanía también en la comunidad de entorno y tiene papel de liderazgo en la discusión de temas como participación popular y combate a la corrupción en su municipio.
Footer: No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo.) Nunca hemos tratado este asunto antes.

INFORMACIONES ADICIONALES

Table with 3 columns: Question, Sí, No.
Row 1: 37.1. ¿Estimula la compañía a sus empleados para que ejerzan evaluación y control de la actuación de los candidatos electos?

Indicador 38 — Prácticas Anticorrupción y Coima

Respecto a autoridades, agentes y fiscales del poder público, en todos los niveles, la compañía:

Procura evitar situaciones que involucren favorecimiento a agentes del poder público, pero no tiene procedimientos formales o divulgados de control y punición	Mantiene postura reconocida por el público interno sobre la prohibición de favorecimiento directo o indirecto de agentes del poder público.	Asume compromiso público de combate a la corrupción y a la coima, adopta normas escritas (documento específico, código de ética etc.), y las divulga ampliamente al público interno y externo (proveedores, consumidores, representantes del poder público, con quienes se relaciona), y mantiene procedimientos formales de control, punición y de auditoría, en caso de ocurrencia.	Seguros de que la erradicación de las prácticas ilegales, inmorales y antiéticas también dependen de divulgación, facilitación o educación, busca la compañía involucrar a un número cada vez mayor de partes involucradas 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 correlatas etc.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4

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

INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	SÍ	NO
38.1. ¿ha tenido su nombre mencionado en la prensa en los últimos cinco años bajo sospecha de haber participado en incidente de ofrecimiento de coima o la práctica de corrupción de agentes públicos?	☐	☐
38.2. ¿prevé medidas punitivas a los colaboradores y empleados involucrados en favorecimiento a agentes del poder público?	☐	☐
38.3. ¿posee política explícita de no apoyo y participación en procesos que objetivan la manipulación de edictos de licitación (públicos o privados)?	☐	☐

Indicador 39 — Liderazgo e Influencia Social

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

Participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados a la defensa y promoción de los intereses específicos de su ramo o sector de negocio.	Participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados a cuestiones de interés público.	Participa activamente, contribuyendo con recursos humanos o financieros, en procesos de elaboración de propuestas de interés público y de carácter socioambiental.	Tiene miembros de su alta directiva involucrados en la articulación, viabilización y fortalecimiento de propuestas de carácter socioambiental y en diálogo con autoridades públicas para su adopción.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4

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

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

La compañía:	SÍ	NO
39.1. ¿patrocina o realiza campañas de medios exclusivamente relacionadas a cuestiones de interés público?	☐	☐
39.2. ¿interactúa activamente con instituciones de enseñanza de todos los niveles para la elaboración de propuestas para mejoría de la cualificación de la mano de obra del sector en que actúa?	☐	☐
39.3. ¿estimula y patrocina proyectos de desarrollo de investigación y tecnología, interactuando activamente con la comunidad académica y científica?	☐	☐

Indicador 40 – Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

En su involucración con las actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales, la compañía:

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.
ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4

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

INFORMACIONES ADICIONALES

La compañía:	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 programa público o privado de beca escolar?	☐	☐
40.3. ¿articula y coordina asociaciones en los programas en los cuales participa?	☐	☐

NOTAS

58 Véase el manual del Instituto Ethos "A Responsabilidade Social das Empresas no Processo Eleitoral, Versão 2004", disponible para download gratuito en www.ethos.org.br

59 "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,(DALLARI, Direitos Humanos e Cidadania. São Paulo: Moderna, 1998. p.14)

Anotaciones sobre los Indicadores Ethos

Uno de los frutos más importantes del proceso de llenado de los Indicadores Ethos son la reflexión y el autoconocimiento. Así, al conducir el proceso de llenado de los Indicadores Ethos, el facilitador y el relator, deberán hacer anotaciones que le ayudarán a la compañía a analizar e interpretar el informe diagnóstico elaborado por el Instituto Ethos. Presentamos, a continuación, a modo de ejemplo, un guión de anotaciones:

INDICADORES ETHOS 2006	
Coordinador General:	<i>Nombre del Coordinador General</i>
Tema	<i>Valores, Transparencia y Gobernanza</i>
Facilitador del Tema	<i>Nombre del facilitador del tema</i>
Equipo	<i>Nombre del Equipo</i>
Indicador	<i>Compromisos Éticos</i>
Etapa definida por el equipo:	
Etapa 1 ☐ Etapa 2 ☐ Etapa 3 ☐ Etapa 4 ☐	
Nunca hemos tratado este asunto antes ☐ No consideramos su aplicación ☐	
Consenso	
Fácil ☐ Difícil ☐	
Comentarios/percepciones	
Riesgos verificados	
Oportunidades a explorarse	
Meta para la próxima aplicación	
Liderazgos internos (formales o informales) para conducir este proceso	
Liderazgos externos (formales o informales) que se han de involucrar en este proceso	
Herramientas o fuentes de informaciones a investigarse	
Qué se puede hacer respecto a este indicador	
<i>Inmediatamente:</i>	
<i>Tras obtener mejores informaciones:</i>	
<i>Tras la planificación:</i>	
Aspectos que se han de considerar en este indicador respecto a la <i>Sustentabilidad:</i>	
<i>Partes Interesadas:</i>	
<i>Procesos internos:</i>	
<i>Perfeccionamiento continuo:</i>	

Glosario de Responsabilidad Social Empresarial para las Herramientas de Gestión

Acción Social - es cualquier actividad realizada por las empresas para atender a las comunidades en sus diversas formas (consejos comunitarios, organizaciones no gubernamentales, asociaciones comunitarias etc.), en áreas como asistencia social, alimentación, salud, educación, cultura, medio ambiente y desarrollo comunitario. Abarca desde pequeñas donaciones a personas o instituciones, hasta acciones estructuradas, con uso planeado y monitoreado de recursos, ya sea por la propia empresa, por fundaciones e institutos de origen empresarial, o por individuos especialmente contratados para la actividad.

La empresa debe esforzarse para que esas actividades se estructuren con la idea de maximizar sus impactos a largo plazo. Es importante que los proveedores, accionistas y las otras partes involucradas también estén estimulados a hacer ese tipo de acción.

(Conozca los siguientes manuales del Instituto Ethos: "O que as Empresas Podem Fazer pela Erradicação da Pobreza", "Como as Empresas Podem Apoiar e Participar do Combate à Fome" y otros, en www.ethos.org.br)

Accionista Mayoritario - Persona física o jurídica, o grupo de personas vinculadas por acuerdo de voto, o bajo control común, que:

- a) sea titular de derechos de socio que le aseguren la mayoría de los votos en las resoluciones de la asamblea general y el poder de elegir la mayoría de los administradores de la compañía;
- b) use efectivamente su poder para dirigir las actividades sociales y orientar el funcionamiento de los órganos de la compañía.

(Para mayores informaciones sobre la buena participación de los accionistas en la dirección de la empresa, consulte IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa- www.ibgc.org.br)

Accionista Minoritario - Es el propietario de acciones cuyo total no le permite participar en el control de la compañía.

(Para mayores informaciones sobre la buena participación de los accionistas en la dirección de la empresa, consulte IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa- www.ibgc.org.br)

Analfabetismo Absoluto y Analfabetismo Funcional - "El concepto de analfabetismo se ha cambiado en los últimos años. En 1958, la Unesco definía como analfabeto a un individuo que no lograba leer o escribir algo sencillo. Tras veinte años, se ha adoptado el concepto de analfabeto funcional: es la persona que, aunque sepa leer y escribir frases sencillas, no posee las habil-

idades necesarias para satisfacer las demandas de su cotidiano y desarrollarse personal y profesionalmente". (Fuente: Instituto Paulo Montenegro www.ipm.org.br)

Es importante que tenga la empresa un programa de erradicación del analfabetismo (absoluto y/o funcional), educación básica o enseñanza supletoria entre sus empleados, con metas y recursos definidos.

(Conozca el siguiente manual del Instituto Ethos: "O que as Empresas Podem Fazer pela Educação" en www.ethos.org.br)

Aprendiz - Es el mayor de catorce años y menor de dieciocho que está inscrito en programa de aprendizaje reglamentado pela CLT, que dispone sobre el contrato de aprendizaje, la obligación de las empresas de emplear aprendices, sobre la carga horaria permitida, piso salarial del aprendiz y otros derechos. La ley 10.097/00 conceptúa el contrato de aprendizaje como "el contrato de trabajo especial, ajustado por escrito y por plazo determinado, en que el empleador se compromete a asegurar al mayor de catorce años y menor de dieciocho años, inscrito en programa de aprendizaje, formación técnico-profesional metódica, compatible a su desarrollo físico, moral y psicológico, y el aprendiz, a ejecutar, con celo y diligencia, las tareas necesarias a esa formación".

Todas las empresas de medio y gran porte deben contratar aprendices en número equivalente al 5% como mínimo y el 15% como máximo del total de empleados, cuyas funciones demanden formación profesional. Las micro y pequeñas empresas no están obligadas a contratar aprendices, pero al hacerlo, estarán contribuyendo para la formación profesional de los adolescentes.

(Más informaciones: Fundação Abrinq - www.fundabrinq.org.br)

Acoso Moral - "Es la exposición de los trabajadores 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 relaciones jerárquicas autoritarias y asimétricas, en las que predominan conductas negativas, relaciones deshumanas y antiéticas de larga duración, de uno o más jefes dirigida a uno o más subordinado(s), desestabilizando la relación de la víctima con el ambiente laboral y la organización, forzándolo a desistir del empleo. Se caracteriza por la degradación deliberada de las condiciones de

trabajo en que prevalecen actitudes y conductas negativas de los jefes hacia sus subordinados, constituyendo una experiencia subjetiva que acarrea perjuicios prácticos y emocionales para el trabajador y la organización. A la víctima elegida se le aísla del grupo sin explicaciones, se pasa a hostilizarla, ridicularizarla, inferiorizarla, culpabilizarla y desacreditarla ante sus pares. Estos, por miedo del desempleo y la vergüenza de ser también humillados, con el hecho aunado al estímulo constante a la competitividad, rompen los lazos afectivos con la víctima y, frecuentemente, reproducen y reactualizan acciones y actos del agresor en el ambiente laboral, instaurando el 'pacto de la tolerancia y del silencio' en lo colectivo, mientras la víctima se desestabiliza y debilita gradualmente y pierde su autoestima". (Fuente: www.asediomoral.org/site)

Es importante que tenga la empresa normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de los hechos.

Acoso Sexual - Crimen pasible de pena de uno a dos años de detención para quienes "apremien a otra persona con el intuito de obtener ventaja o favorecimiento sexual, prevaleciéndose el agente de condición superior jerárquica o ascendencia inherentes al ejercicio del empleo, cargo o función". Ley 10.224, artículo 216 del Código Penal Brasileiro.

Es importante que tenga la empresa normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de los hechos.

(Para más informaciones, consulte: Moreira, Joaquim Manhães. A Ética Empresarial no Brasil / Joaquim Manhães Moreira; revisão Janice Yunes. - São Paulo : Pioneira, 1999)

Asistencialismo - Doctrina, sistema o práctica que organiza y presta asistencia a las comunidades socialmente excluidas, sin una política para sacarlas de la condición de necesitadas. Es un concepto asociado a la noción de "caridad" o "filantropía", ya que no prevé la involucración de la comunidad, tampoco ambiciona transformaciones estructurales significativas. (Fuente: *Folha de São Paulo*)

Véase comentarios sobre el concepto de "Acción Social".

Actores Sociales – Son los individuos, organizaciones o grupos involucrados en proyectos sociales que puedan influir en la obtención de los resultados de ese trabajo. Se espera que el actor social tenga múltiples conocimientos, condiciones de actuar en equipo, representatividad, influencia social y, principalmente, identificación con la causa por la que labora. (Fuente: *Folha de S.Paulo*)

Alianza/Aliados – El trabajo en régimen de alianza ocurre cuando una organización busca otras instituciones para compartir el mismo objetivo y se disponen a conquistarlo por medio de un esfuerzo colectivo. Las partes involucradas interactúan en la etapa de concepción y planificación y establecen una relación de reciprocidad en el desarrollo de las acciones.

Arraigo – Los valores y principios de la empresa estarán progresivamente arraigados en la cultura de la organización a medida que pasen por una difusión sistemática.

Además de desarrollar instrumentos de comunicación, es importante estimular la participación y la contribución de los interesados en el proceso de evaluación y monitoreo, periódicamente, sobre todo cuando posibilitan la incorporación de las sugerencias a los procesos laborales. Puede la empresa tener comités, consejos o persona(s) responsable(s) de cuestiones éticas, que incluyan esos temas en encuestas de ambiente organizativo o similares, por ejemplo. A los aliados externos también se les puede estimular a replicar ese proceso en la cadena productiva de la empresa.

Balanced Scorecard – Es una herramienta de gestión que da soporte a la medición a partir de cuatro perspectivas de desempeño organizativo: financiera; del cliente; de procesos de negocios internos; de aprendizaje y crecimiento. Crea un sistema de objetivos, medidas, metas e iniciativas interligadas, que juntas, describen la estrategia de una empresa y cómo se puede alcanzarla.

El Balanced Scorecard viene siendo extensamente usado por empresas de distintos sectores en todos los niveles de estrategia y operación. El Proyecto Sigma ha adaptado el abordaje tradicional del Balanced Scorecard para auxiliar la planificación y toma de decisión referentes al desarrollo sustentable y a la sustentabilidad empresarial. Es el Sustainability Scorecard.

(Más informaciones: Symnetics - www.symnetics.com.br y Proyecto Sigma - www.proyectsigma.com)

Benchmarking – Según la International Benchmarking Clearinghouse (IBC), el benchmarking un proceso sistemático y continuo de medida y comparación de las prácticas de una organización con las prácticas de las organizaciones líderes, para obtener informaciones que puedan ayudar a mejorar el nivel de desempeño. (Fuente: *Dicionário de RH*)

Bonificación – Remuneración extra relacionada al desempeño de determinadas tareas o actividades. Las empresas comprometidas con la causa de la sustentabilidad pueden ofrecer a sus empleados bonos adicionales orientados por elementos sustentables, como éxitos a medio y largo plazo o el alcance de metas relacionadas al desempeño social y ambiental.

Blancos – Clasificación de color o raza, declarada por los mismos sujetos en cuestión, según datos del Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE: blanca, negra, amarilla (persona de origen japonés, chino, coreano etc.), parda o indígena. (Conozca las siguientes publicaciones del Instituto Ethos: “Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade”, “Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e suas Ações Afirmativas” en www.ethos.org.br)

Cadena Productiva – Son todos los integrantes del proceso productivo, desde la extracción de la materia prima hasta la comercialización del producto final al último consumidor.

Es importante que la empresa conozca en profundidad el origen de las materias primas, insumos y productos utilizados en su producción o en las operaciones diarias y tenga garantía de que en esos orígenes se respetan los derechos humanos y el medio ambiente. La empresa debe garantizar que sus productos y servicios tengan componentes, tecnologías y procedimientos que minimicen los riesgos a la salud, a la seguridad y al medio ambiente de sus consumidores/clientes evitando daños morales y garantizando su privacidad.

(Conozca los siguientes manuales del Instituto Ethos: “O Compromisso das Empresas com o Meio Ambiente” y “Como Fortalecer a Responsabilidade Social nas Relações entre Grandes e Pequenas Empresas” en www.ethos.org.br)

Caja B – Expresión que define el dinero no registrado que entra en una empresa y que, por eso, puede ser utilizado sin que incidan impuestos. Esta práctica está encuadrada judicialmente como crimen por evasión de impuestos.

(Fuente: *Dicionário de Economia*.)

Son constantes los casos de organizaciones involucradas con ese tipo de práctica en nuestra sociedad.

Es aconsejable que tengan las instituciones un código de ética con sus valores y principios incorporados a los procesos de trabajo y a las actitudes y comportamiento de las personas. Deben ser explícitos el compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todas las partes involucradas. El código debe contemplar reglas claras sobre la prohibición de prácticas ilegales en la gestión organizativa.

Asimismo se puede crear procedimientos de avisos internos sobre sospechas de actos ilegales, seguidos de investigación y punición.

(Más informaciones sobre esas prácticas y procedimientos de combate a la corrupción, consulte: Transparencia Brasil - www.transparencia.org.br)

Cálculo de la Masa Salarial Anual – La masa salarial anual es la suma de la masa salarial de los 12 meses del año, añadido del aguinaldo, es decir, la suma del producto entre la remuneración media mensual por el número de vínculos de empleo activos en el mes. Sin embargo, como la remuneración media mes a mes no está disponible en la base estadística, se puede obtener una buena estimativa para el cálculo de la masa salarial anual por el producto de la masa salarial de diciembre por 12 o por 13, en caso de que se considere el aguinaldo.

(Fuente: Ministério do Trabalho e Emprego - www.mte.gov.br)

Captación de Recursos – Esa práctica no se restringe a la obtención de recursos exclusivamente financieros. También abarca la búsqueda por productos y servicios que auxilien a una determinada entidad a realizar su misión.

En Brasil, la ABCR (Associação Brasileira de Captadores de Recursos) ha creado un código de ética para los profesionales que asuman tal compromiso. Una de las determinaciones del código, por ejemplo, es que el captador no perciba comisión por los recursos obtenidos.

(Más informaciones: Associação Brasileira de Captadores de Recursos - www.abcr.com.br)

Ciclo de Vida – Incluye los procesos de transformación del producto desde la extracción o producción de la materia prima hasta el desecho final después del consumo. Incluye los procesos industriales, envase, distribución y comercio.

Es importante que la empresa conozca en profundidad el origen de las materias primas, insumos y productos utilizados en su producción o en las operaciones diarias y tenga garantía de que en esos orígenes se respetan los derechos humanos y el medio ambiente. La empresa debe garantizar que sus productos y servicios tengan componentes, tecnologías y procedimientos que no causen impactos a la sociedad y al medio ambiente.

(Conozca los siguientes manuales del Instituto Ethos: "O Compromisso das Empresas com o Meio Ambiente" y "Como Fortalecer a Responsabilidade Social nas Relações entre Grandes e Pequenas Empresas", en www.ethos.org.br – otras informaciones: Instituto Akatu - www.akatu.org.br)

Código de Conducta – Es el manual elaborado por la Directiva, según los principios y políticas definidas pelo Consejo de Administración, usado para orientar administradores y empleados en su forma de conducta profesional cotidiana. El Código de Conducta debe también definir responsabilidades sociales y ambientales.

(Para más informaciones sobre el Código de Conducta, consulte el IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa- www.ibgc.org.br)

Código de Ética - El código de ética o de compromiso social es un instrumento de realización de la visión y de la misión de la empresa, que orienta sus acciones y explicita su postura social a todos con quienes mantiene relaciones. Es aconsejable que las instituciones tengan un código de ética con sus valores y principios incorporados a los procesos laborales y a las actitudes y comportamiento de las personas, que deben estar explícitos en el compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todas las partes involucradas.

(Conozca la publicación: "Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas – Reflexões e Sugestões" en www.ethos.org.br – otras informaciones: IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa - www.ibgc.org.br)

Coima – Es la gratificación ilícita que se paga a alguien por servicios prestados en forma de propina o soborno. Son frecuentes los casos de las organizaciones involucradas con ese tipo de práctica en nuestra sociedad. Es aconsejable que las instituciones tengan un código de ética con sus valores y principios incorporados a los procesos laborales y a las actitudes y comportamiento de las personas. Deben ser explícitos el compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todas las partes involucradas. El código debe contemplar reglas claras sobre la

prohibición de prácticas ilegales en la gestión organizativa. Asimismo se puede crear procedimientos de avisos internos sobre sospechas de actos ilegales, seguidos de investigación y punición.

(Más informaciones sobre esas prácticas y procedimientos de combate a la corrupción, consulte: Transparencia Brasil - www.transparencia.org.br)

Comercio Justo – Es la expresión utilizada en Brasil para identificar el movimiento internacional llamado "Fair Trad", 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 y religión y a la preservación de la salud de las personas y del medio ambiente.

Además de realizar esas acciones al lado de sus proveedores, es importante que apoye la empresa las organizaciones que practican y trabajan el tema.

(Más informaciones en Faces do Brasil - www.facesdobrasil.org.br)

Comisión de Conciliación Previa (CCP) – Esas comisiones de trabajadores constituyen organismos privados de conciliación, es decir, tienen la finalidad de mediar y tratar de conciliar, fuera del proceso judicial, los conflictos individuales advenidos de las relaciones laborales. No guardan cualquier relación administrativa o de dependencia con el Ministério do Trabalho e Emprego o con la Justicia del Trabajo. Tampoco están subordinadas al registro o reconocimiento de los órganos públicos. Trabajan como la primera instancia de los convenios individuales. Para mejor representatividad, los integrantes de ese tipo de comisión se eligen por los trabajadores, sin interferencia de la empresa.

(Más informaciones, consulte el Observatório Social – www.observatoriosocial.org.br y el Dieese - Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Sócio-Econômicos - www.dieese.org.br)

Comisión de Fábrica – Es un sistema interno para representar a los trabajadores en la negociación de prestaciones, problemas internos, cuestiones en las secciones sindicales y en todos los otros dilemas de la vida dos empleados en la empresa. Esa comisión se compone de una coordinación y de representantes distritales de los empleados, electos por voto secreto.

Para una mejor representatividad, los integrantes de ese tipo de comisión se eligen por los traba-

jadores, sin interferencia de la empresa.

(Más informaciones, consulte el Observatório Social – www.observatoriosocial.org.br y el Dieese - Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Sócio-Econômicos - www.dieese.org.br)

Comités de Gestión - Esos comités funcionan como foros de debate y profundización de los temas de su ámbito y para la estructuración de las informaciones que se han de presentar al Comité de Negocios. Están formados por los principales gerentes de las áreas involucradas y también pueden contar con la participación de miembros del Comité de Negocios. Sus atribuciones son:

1. articular la implementación de las decisiones y recomendaciones estratégicas;
2. definir prioridades para las acciones, con base en la integración de planes, programas y proyectos;
3. monitorear la ejecución de los programas y acciones estratégicos, indicando medidas de ajustes necesarias, con base en los indicadores de desempeño.

(Para más informaciones sobre las buenas prácticas de Gobernanza, consulte el IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa- www.ibgc.org.br)

Comité de Negocios – Es el comité formado por miembros de la alta administración. Se trata de un foro de integración de los asuntos relevantes y estratégicos, con el afán de promover la alineación entre el desarrollo de los negocios, la gestión y las directrices del plan estratégico de la organización.

(Para más informaciones sobre las buenas prácticas de Gobernanza, consulte el IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa- www.ibgc.org.br)

Comisión Interna de Prevención de Accidentes (CIPA) – Es una Norma Reglamentar del Ministério do Trabalho e Emprego, cuyo objetivo es la prevención de accidentes y enfermedades resultantes del trabajo, para hacer compatible, en forma permanente, el trabajo con la preservación de la vida y la promoción de la salud del trabajador.

Los integrantes de esa comisión se eligen por los trabajadores, y sin interferencia de la empresa, para una mejor representatividad.

(Para más informaciones, consulte el Observatório Social – www.observatoriosocial.org.br y el Dieese - Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Sócio-Econômicos - www.dieese.org.br)

Consejo Administrativo de Defensa Económica (CAD) – Órgano del gobierno creado en 1965 con la finalidad de defender la libre competencia. Se encarga de prevenir y reprobador los abusos del poder económico como, por ejemplo, la formación de cárteles. (Fuente: *Dicionário de Economia*)

Consejo de Administración – Es un órgano deliberativo aplicable a organizaciones abiertas o cerradas, independientemente de su forma societaria. Representa los intereses de los accionistas, al lado de los demás *stakeholders*, celando por su seguridad y evolución favorable de la organización.

(Fuentes y otras informaciones: * Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – IBGC - www.ibgc.org.br

* Lodi, João Bosco – Governança Corporativa: O Governo da Empresa e o Conselho de Administração/João Bosco Lodi. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2000 – 5ª reimpressão)

Consejo Consultivo – El IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa - considera la existencia de un consejo consultivo como una buena práctica, “sobre todo para las sociedades cerradas en desarrollo o con control familiar y organizaciones del tercer sector”. Esa práctica “permite que los consejeros independientes puedan contribuir para la organización y que ésta viva un proceso gradual de mejoría en la gobernanza corporativa”.

(Fuente y otras informaciones: Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa - IBGC - www.ibgc.org.br)

Consejo de Familia – Utilizado en organizaciones de sociedad familiar, ese consejo “es un pequeño grupo formado para la discusión de asuntos familiares y organización de las expectativas en relación a la sociedad”. Sus objetivos no deben confundirse con los del Consejo de Administración.

(Fuente y otras informaciones: Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa - IBGC - www.ibgc.org.br)

Consumo Conciente – Tiene por objeto transformar el acto de consumir en un acto de ciudadanía. El consumidor conciente contempla en sus elecciones de consumo, su bienestar personal, las posibilidades ambientales y las necesidades sociales.

(Fuente y otras informaciones: Instituto Akatu pelo Consumo Conciente – www.akatu.org.br)

Corrupción – Se trata del comportamiento que se desvía de los deberes formales de una función pública debido a intereses privados (personales, familiares, de un grupo cerrado) de naturaleza pecuniaria o para mejorar el estatus, o que viola las reglas contra el ejercicio de ciertos tipos de comportamiento ligados a intereses privados.

(PEREIRA, José Matias (2004). “Reforma do Estado, Transparencia e Democracia no Brasil”. In: Revista Acadêmica de Economia, n. 26. Disponible en: www.eumed.net)

Son frecuentes los casos de organizaciones involucradas con ese tipo de práctica en nuestra sociedad.

Es aconsejable que las instituciones tengan un código de ética con sus valores y principios incorporados a los procesos laborales y a las actitudes y comportamiento de las personas, que deben estar explícitos en el compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todas las partes involucradas. El código debe contemplar reglas claras sobre la prohibición de prácticas ilegales en la gestión organizativa.

Se puede, asimismo, crear procedimientos de avisos internos sobre sospechas de actos ilegales, seguidos de investigación y punición.

(Más informaciones sobre esas prácticas y procedimientos de combate a la corrupción, consulte: Transparencia Brasil - www.transparencia.org.br)

Demostración del Valor Agregado (DVA) – Según la Comissão de Valores Mobiliários – CVM, en ese tipo de demostración, se calcula la riqueza generada por la empresa, medida en el concepto de valor agregado, a partir de la diferencia entre el valor de su producción y de los bienes producidos por terceros en el proceso de producción de la empresa. La actual y la potencial aplicaciones del valor agregado muestran el aspecto económico y social que su concepto involucra:

1. como índice de evaluación de desempeño en la generación de la riqueza, al medir la eficiencia de la empresa en la utilización de los factores de producción, cuando se compara el valor de las salidas con el valor de las entradas;
2. como índice de evaluación de desempeño social a medida que demuestra, en la distribución de la riqueza generada, la participación de los empleados, del Gobierno, de los agentes financieros y de los accionistas.

La DVA generalmente integra los estados sociales de las empresas.

(Para más informaciones sobre los principios para elaboración de estados sociales, véase la Guía de Elaboração do Balanço Social – disponible para download en www.ethos.org.br)

Desarrollo Sustentable - Es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades.

(Fuente: Comisión Brundtland – www.brundtlandnet.com/brundtlandreport.htm)

Se trata de un concepto que alerta para el cuidado con la exploración irracional de los recursos naturales, con los derechos humanos, con el rescate de la ciudadanía y con el acceso al consumo de bienes y servicios.

Diversidad – Es el principio básico de ciudadanía que asegura a cada uno condiciones de pleno desarrollo de sus talentos y potencialidades, considerando la búsqueda por oportunidades iguales y respeto a la dignidad de todas las personas. La práctica de la diversidad representa la efectivación del derecho a la diferencia, creando condiciones y ambientes en que las personas puedan actuar según sus valores individuales.

Las empresas tienen la obligación ética de combatir todas las formas de discriminación negativa y de valorar las oportunidades que ofrecen la riqueza de la diversidad de nuestra sociedad. Para lograrlo, pueden desarrollar normas antidiscriminatorias para su ambiente interno y en la relación con sus clientes. Y pueden aplicarlas en procesos de admisión, promoción y de pago de salarios y prestaciones. Pueden realizar entrenamientos sobre el tema, y además, pueden desarrollar actividades de valoración de grupos poco representados internamente.

(Conozca las siguientes publicaciones del Instituto Ethos: “Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade”, “O que as Empresas Podem Fazer pela Reabilitação do Preso”, “O que as Empresas Podem Fazer pela Inclusão das Pessoas com Deficiência”, “O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher” y “Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e suas Ações Afirmativas”, en www.ethos.org.br)

Donaciones para el Fondo de la Infancia y de la Adolescencia – Las personas físicas y jurídicas pueden destinar parte de su Impuesto de Renta al Fondo de la Infancia y de la Adolescencia. Todos los contribuyentes que declaran renta pueden elegir cuáles las instituciones que quieren beneficiar.

Las personas físicas pueden donar hasta el 6% de

sus impuestos declarados y las empresas, el 1% en los pagos mensuales del Impuesto de Renta o en la declaración.

Es aconsejable hacer una consulta a un contador para administrar mejor ese tipo de donación. (Fuentes: * *Programa da Declaração do Imposto de Renda Pessoa Física e Jurídica - Lei n. 9.250, de 1995, art. 12, I.*

* *Regulamento do Imposto de Renda RIR/1999, art. 102)*

Ecoeficiencia – Según la World Business Council for Sustainable Development, la ecoeficiencia significa la competitividad en la producción y colocación en el mercado de bienes o servicios que satisfacen las necesidades humanas, aportando calidad de vida, minimizando los impactos ambientales y el uso de recursos naturales, contemplando el ciclo de vida de la producción y reconociendo la “ecocapacidad” planetaria.

Las empresas pueden desarrollar diversas acciones consideradas ecoeficientes. Como ejemplo, pueden desarrollar sistemas de monitoreo del consumo de energía, de agua, de productos tóxicos y de materias primas. Pueden también adoptar sistemas de monitoreo de emisión de gases e implantar procesos de reutilización de residuos en etapas de su producción.

(Para más informaciones, conozca el siguiente manual del Instituto Ethos: “O Compromisso das Empresas com o Meio-Ambiente”, en www.ethos.org.br)

Empleabilidad - “Es la capacidad que tiene una persona de permanecer en el mercado laboral. O sea, de conseguir rápidamente un otro empleo, con la misma calidad que tenía en la empresa de la que se ha desligado, o bien de conseguir un primer empleo adecuado”. (Fuente: www.estudando.com)

La empresa puede ofrecer a sus empleados actividades de desarrollo y capacitación con impacto positivo en su empleabilidad, independientemente de niveles jerárquicos y de la aplicabilidad en sus funciones actuales. Puede también ofrecer servicios de recolocación y/o financiación para la recapacitación y manutención de prestaciones a los trabajadores despedidos, en todos los niveles jerárquicos.

(Conozca el siguiente manual del Instituto Ethos: “O que as Empresas Podem Fazer pela Educação” en www.ethos.org.br)

Encuesta de Ambiente Organizativo - Es un instrumento que permite identificar y mensurar las percepciones de los profesionales sobre su ambi-

ente laboral. Las empresas pueden insertar cuestiones éticas en sus encuestas de ambiente organizativo.

Energía Renovable – Ese tipo de energía es una alternativa encontrada para la solución de problemas ambientales como reducciones de emisiones, estabilización de los costos de energía y seguridad energética. Además de eso, su uso hace disminuir la dependencia de combustibles fósiles (óleo, gas y carbón). Como ejemplos de ese nuevo tipo de energía, está el alcohol y las energías eólica y solar, que aún representan un número muy bajo del consumo mundial.

Los avances tecnológicos caminan hacia la adopción de esas nuevas tecnologías y se espera que las empresas acompañen todos esos avances, concientes de su importancia para la sustentabilidad del planeta. El desarrollo de nuevos negocios (o nuevos modelos de negocios ya existentes) llevando en cuenta, desde la concepción, los principios y las oportunidades ambientalmente sustentables es una forma de caminar en este sentido.

Estado Social – El Estado social es un medio de dar transparencia a las actividades corporativas a través de un relevamiento de los principales indicadores de desempeño económico, social y ambiental de la empresa. Además se trata de un instrumento que amplía el diálogo con todos los públicos con los cuales se relaciona la compañía: accionistas, consumidores y clientes, comunidad de entorno, empleados, proveedores, gobierno, organizaciones no gubernamentales, mercado financiero y la sociedad en general. Durante su realización, el estado social funciona también como una herramienta de autoevaluación, ya que abre para la empresa una visión general de su gestión y la alineación de los valores y objetivos presentes y futuros de la empresa con sus resultados actuales.

Es importante que incluya la empresa en su estado, los aspectos desfavorables y sus respectivos desafíos, con metas para el próximo periodo. Debe llevar en consideración los principios de relevancia, veracidad, claridad, comparabilidad, verificabilidad y neutralidad.

(Para más informaciones sobre los principios para elaboración de estados sociales, véase la Guía de Elaboração do Balanço Social – disponible para download en www.ethos.org.br)

Ética Empresarial - Comprende los principios y estándares que orientan el comportamiento del

mundo de los negocios. El comportamiento ético de la organización es la base de la responsabilidad social, expresada en los principios y valores adoptados por la empresa. No existe responsabilidad social sin ética en los negocios. Es importante que haya coherencia entre la acción y el discurso.

(Centro de Apoio Técnico – www.ethos.org.br)

Evaluación 360 Grados – Es la evaluación organizativa en que las cadenas jerárquicas realizan evaluaciones de punta a punta, en doble sentido, verticalmente, incluyéndose, también, evaluaciones horizontales (para cargos y funciones similares). Puede el sistema incluir clientes, proveedores, asociados y aliados en general. Este sistema permite, además de simplemente evaluar, analizar el funcionamiento de la organización, desde el punto de vista de quienes en ella trabajan. Es importante que se aborden cuestiones éticas en ese tipo de evaluación.

(Para más informaciones, consulte: Moreira, Joaquim Manhães. *A Ética Empresarial no Brasil* / Joaquim Manhães Moreira; revisão Janice Yunes. – São Paulo : Pioneira, 1999)

Extorsión – Algunas definiciones de esa práctica: 1. Acto o efecto de extorsionar; 2. crimen de apremio contra alguien, mediante violencia o grave amenaza, y con la intención de obtener para sí o para una tercera persona ventaja económica indebida. O hacer, tolerar que se haga o dejar de hacer algo; 3. exacción violenta, impuesto excesivo; 4. concusión, usurpación. (Fuente: *Dicionário Língua Portuguesa*)

Son frecuentes los casos de organizaciones involucradas en ese tipo de práctica en nuestra sociedad.

Es aconsejable que las instituciones tengan un código de ética con sus valores y principios incorporados a los procesos laborales y a las actitudes y comportamiento de las personas, que deben estar explícitos en el compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todas las partes involucradas. El código debe contemplar reglas claras sobre la prohibición de prácticas ilegales en la gestión organizativa.

Se puede, asimismo, crear procedimientos de avisos internos sobre sospechas de actos ilegales, seguidos de investigación y punición.

(Para más informaciones sobre esas prácticas y procedimientos de combate a la corrupción, consulte: *Transparência Brasil* - www.transparencia.org.br)

Fundación - Persona jurídica compuesta por la organización de un patrimonio destacado por su instituidor para servir a una causa de interés público, sin fines de lucro. No admite propietario, titular o socios. El patrimonio, administrado por curadores, es frecuentemente fiscalizado por el Ministerio Público. (Fuente: Folha de S.Paulo)

Generación de Renta – Las acciones sociales que generan renta tienen como objetivo estimular y facilitar la creación de plazas de trabajo para la población beneficiada. También contribuyen para generar renta algunas iniciativas de emprendedorismo comunitario, como la comercialización de productos artesanales y la profesionalización de actividades culturales. (Fuente: Folha de S.Paulo)

La empresa puede involucrarse de distintas maneras en esos tipos de acción. Puede ceder horas de sus empleados (como voluntarios), sus competencias técnicas, tecnológicas y de gerencia para apoyar los proyectos (corporativos o realizados por terceros). Asimismo puede involucrar a organizaciones o liderazgos locales en el proyecto y su implementación, intercediendo ante otros organismos, públicos o privados, para su concreción.

Gobernanza Corporativa - Es el sistema que dirige y monitorea las sociedades, involucrando las relaciones entre accionistas/participantes, consejo de administración, dirección, auditoría independiente y consejo fiscal. Las buenas prácticas de gobernanza corporativa tienen la finalidad de aumentar el valor de la sociedad, facilitar su acceso al capital y contribuir para su perennidad.

(Fuente: Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – IBGC.)

“Los debates sobre gobernanza corporativa en América Latina y en todo el mundo se concentran en las sociedades de capital abierto y en las empresas que, aunque tengan capital cerrado, tienen potencial para la apertura de su capital a corto plazo. (...) Sin embargo, (...) la buena gobernanza corporativa constituye motivo relevante de preocupación también para las sociedades de capital cerrado, ya que la mayor parte depende aún de autofinanciación, de operaciones de private equity y del sistema bancario para levantar los recursos necesarios para su expansión y crecimiento. Las sociedades de capital cerrado (en general, empresas familiares o de propiedad de sus propios fundadores) deben adoptar prácticas coherentes de contabilidad y auditoría, así como controles adecuados y administración y planificación estratégicas, si quieren preservar su competitividad”.

(Fuente: Informe Oficial sobre Gobernanza Corporativa en América Latina, de la OCDE; más informaciones sobre gobernanza corporativa, en www.ibgc.org.br)

Herramientas de Gestión - Son instrumentos que aportan mayor eficiencia para las acciones y proyectos desarrollados por las empresas. Tienen la característica de autoevaluación y aprendizaje, desarrolladas para responder a las necesidades de las empresas en las diversas etapas de su gestión, desde el diagnóstico, planificación e implementación, hasta benchmarking y evaluación, además de transparencia y aprendizaje.

(Otras informaciones sobre el tema: www.bain.com/management_tools/home.asp)

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 a transformar.

La empresa debe conocer los impactos que causa en la comunidad, informarla sobre actuales y futuros planes e impactos de sus actividades, involucrando a la comunidad en la resolución de problemas. Puede también contribuir con mejoras en la infraestructura o en el medio ambiente local. Puede crear programas para emplear, en las respectivas actividades y a medida de lo practicable, el mayor número de personas del entorno, dándoles formación, para aumentar los niveles de cualificación de la comunidad en que está insertada, en cooperación con sindicatos, ONGs, representantes de la comunidad o autoridades públicas competentes. Puede adoptar prácticas de compras e inversiones para mejorar el desarrollo socioeconómico de las comunidades. Puede, además, concienciar y entrenar a sus empleados para que respeten los valores y tradiciones de las comunidades donde actúa.

(Conozca los siguientes manuales del Instituto Ethos: “O que as Empresas Podem Fazer pela Erradicação da Pobreza”, “Segurança Alimentar e Nutricional: a Contribuição das Empresas para a Sustentabilidade das Iniciativas Locais”, “Segurança Alimentar: a Contribuição das Entidades Empresariais”, “O que as Empresas Podem Fazer pela Inclusão Digital” y “Como as Empresas Podem Apoiar e Participar do Combate à Fome” en www.ethos.org.br)

Impuesto de Renta Persona Jurídica X Donaciones para ONGs – Las empresas

pueden hacer donaciones a entidades de utilidad pública al deducir de su Impuesto de Renta el límite del 2% de su lucro operativo, antes del cómputo de su deducción, conforme la “Lei 9249 - Artigo 13 § 2 inciso I y III”.

Es aconsejable hacer una consulta a un contador para conocer los procedimientos legales del lanzamiento de ese tipo de donación en la declaración del impuesto de la empresa.

Indicadores – Son datos que no se deben analizar aisladamente, sino que pueden usarse como insumos de tomas de decisión, análisis de tendencias, construcción de escenarios futuros. Esos datos reflejan sistemáticamente las variaciones de la situación en un dado momento, para un país, región u organización sobre factores como desempeño de procesos y productos, índices de precios de consumo, desempleo, salarios, importación y exportación etc.

Informe de Sustentabilidad – Esos informes tienen características semejantes a las de los estados sociales, pero en forma más consistente. Exigen una postura institucional de relato, pleno y transparente, de los impactos ambientales, sociales y económicos, resultantes de las actividades operativas de las empresas. Son extremadamente útiles para las empresas que tratan de implementar sus códigos, ya que promueven la comunicación de las acciones de los objetivos alcanzados y de las estrategias futuras para una mejora continua. Estimulan a las empresas a establecer metas y reportar sus resultados. Los mercados financieros, atentos a estas realidades, tienen en los informes de sustentabilidad una fuente de información privilegiada para cualificar, cuantificar y priorizar las inversiones financieras, así como para proporcionar el costo y la cobertura de los respectivos riesgos.

Instituto - Establecimiento dedicado a estudio, investigación o producción científica. Existe sólo como nombre de fantasía - su personalidad jurídica es la de las asociaciones. No requiere dotación inicial de patrimonio y su finalidad se puede alterar a lo largo del tiempo, según la decisión de la mayoría de los socios. Tiene más autonomía estatutaria y su gestión es más democrática que la de las fundaciones.

Insumos Madereros y Forestales – Son ejemplos de productos provenientes de la floresta, la celulosa para papel, embalajes, madera para muebles, lápices, pisos, construcción civil, entre otros.

Además de esos productos, existen también los no madereros como óleos, hierbas y frutas utilizados en la fabricación de diversos productos como medicamentos, alimentos, cosméticos etc

Es importante que la empresa reconozca la importancia de la verificación del origen y de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo. Se pueden desarrollar políticas o programas específicos para verificar el origen de los insumos, que podrán tener certificación de origen y cadena de custodia.

(Conozca el siguiente manual del Instituto Ethos: "O Compromisso das Empresas com o Meio Ambiente", en www.ethos.org.br Más informaciones: Amigos da Terra - www.compradores.org.br y www.amazonia.org.br)

Inversión Social Privada - "La inversión social privada es el repase voluntario de recursos privados, en forma planeada, monitoreada y sistemática para proyectos sociales, ambientales y culturales de interés público. Se incluyen en este universo las acciones sociales protagonizadas por empresas, fundaciones e institutos de origen empresarial o instituidos por familiares individuos.

La preocupación con la planificación, monitoreo y evaluación de los proyectos es intrínseca al concepto de inversión social privada y uno de los elementos fundamentales en la diferenciación entre esa práctica y las acciones asistencialistas.

Distintamente del concepto de caridad, que supone la noción de asistencialismo, los inversionistas sociales privados están preocupados con los resultados obtenidos, las transformaciones generadas y la involucración de la comunidad en el desarrollo de la acción". Fuente: Grupo de Institutos Fundações e Empresas - Gife (Más informaciones: www.gife.org.br/investimento.php)

Marketing Social - Consiste en un conjunto de actividades, técnicas y estrategias utilizadas para estimular y promover cambios sociales, como modificaciones de creencias, actitudes y comportamientos. Así, en el marketing social se emplean conceptos y herramientas originarias del marketing convencional para influenciar comportamientos con el objetivo de promover cambios sociales. Son ejemplos clásicos de aplicación del marketing social los programas o campañas de planificación familiar, prevención de enfermedades, derechos humanos, economía de energía y preservación ambiental.

Fuente: Centro de Referência - Instituto Ethos (www.ethos.org.br)

Masa Salarial - Es el resultado del producto entre la remuneración media de los empleados y el número de empleos. La masa salarial anual es la suma de la masa salarial de los 12 meses del año, agregado al aguinaldo, es decir, la suma del producto entre la remuneración media mensual por el número de vínculos de empleos activos en el mes. Sin embargo, como la remuneración media mes a mes no está disponible en la base estadística, se puede obtener una buena estimativa para el cálculo de la masa salarial anual por el producto de la masa salarial de diciembre por 12 o por 13, en caso de que se considere el aguinaldo.

(Fuente: Ministério do Trabalho e Emprego - www.mte.gov.br)

Movilización Social - Es la práctica estratégica que involucra la sociedad civil en el proceso de proyecto, planificación, ejecución, evaluación y sustentabilidad de programas que mejoran su calidad de vida. El Unicef ha definido el término como un "movimiento de larga escala para conseguir la participación de las personas en la conquista de una meta específica de desarrollo por medio de esfuerzos propios".

Negros (Negros y Pardos) - Es la clasificación de color o raza, declarada por los propios sujetos en cuestión, a partir de las siguientes opciones dadas por el IBGE: blanca, negra, amarilla (persona de origen japonés, chino, coreano etc.), parda o indígena.

Ombudsman - Defensor que trabaja en las instituciones exclusivamente para defender los intereses de los usuarios de servicios públicos. Actualmente, el concepto incluye también el servicio privado con defensores de consumidores, de público interno y de proveedores.

(Más informaciones: ABO Associação Brasileira de Ouvidores/Ombusman www.abonacional.org.br)

Oscip - Es la sigla de "Organización de la Sociedad Civil de Interés Público", cualificación concedida por el Poder Ejecutivo a partir de 1999 a las entidades privadas sin fines de lucro. Entre las principales innovaciones está la posibilidad de remunerar a los directores de la entidad. Otro diferencial es el establecimiento de alianzas entre el poder público y las Oscips, para que reciban recursos de órganos ligados a las tres esferas de Gobierno para la realización de proyectos sociales.

(Más informaciones: Ministério da Justiça - www.mj.gov.br/snj/oscip/)

Proveedores - "Cualquier organización que suministre bienes y servicios. La utilización de esos bienes y servicios puede ocurrir en cualquier etapa del proyecto, producción y utilización de los productos. Así, el rubro proveedores puede incluir distribuidores, revendedores, prestadores de servicios tercerizados, transportistas, contratados y franquicias, así como los que suplen la organización con materiales y componentes. Son también proveedores los prestadores de servicios de las áreas de salud, entrenamiento y educación." (Fuente: PNQ)

La empresa socialmente responsable se involucra con sus proveedores y aliados, al cumplir los contratos establecidos y al trabajar por el perfeccionamiento de sus relaciones de alianza. Le corresponde a la empresa transmitir los valores de su código de conducta a todos los participantes de la cadena de proveedores, actuando como orientadora en casos de conflictos de interés. Debe la empresa concienciarse de su papel en el fortalecimiento de la cadena de proveedores, trabajando en el desarrollo de los eslabones más débiles y en la valoración de la libre competencia.

Perfeccionamiento Continuo - Se trata del desarrollo personal e intelectual (relacionado tanto a los conocimientos necesarios para desempeñar las tareas del trabajo, como a los conocimientos más universales). Se puede lograrlo por medio de actividades sistemáticas y organizadas para tales finalidades, como entrenamientos, cursos, seminarios, actividades etc. La empresa debe buscar ofrecer actividades de desarrollo y capacitación a sus empleados, con impacto positivo en su empleabilidad, independientemente de niveles jerárquicos y de la aplicabilidad en sus funciones actuales.

(Conozca el siguiente manual del Instituto Ethos: "O que as Empresas Podem Fazer pela Educação" en www.ethos.org.br)

Prestaciones Básicas - Son las prestaciones laborales que garantizan la Consolidação das Leis do Trabalho - CLT - a las cuales todos los trabajadores legalmente regularizados tienen derecho, además de prestaciones negociadas y acordadas entre los sectores y los sindicatos específicos.

Se espera que además de las prestaciones básicas, la empresa ofrezca a sus empleados: plan de salud familiar; ayuda a la educación de los hijos; financiación para vivienda; guardería en el sitio laboral o por red convenida. Se espera también que todas las prestaciones se extiendan a empleados hombres y mujeres, indiscriminadamente, abarcando todos los niveles jerárquicos, ya sean

los trabajadores registrados o comisionados.

(Conozca los siguientes manuales del Instituto Ethos: "O que as Empresas Podem Fazer pela Educação", "O que as Empresas Podem Fazer pela Criança e pelo Adolescente" y "O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher" en www.ethos.org.br)

Programa de Dimisión Voluntaria – Ese tipo de programa se aplica cuando el empleador, planea reducir la nómina. Emprende una amplia planificación estratégica para reorganizar el área administrativa y financiera de la empresa. El programa inicialmente define cuáles serán los empleados-blanco. Se les hace una oferta ventajosa, representada por el pago de una indemnización por la pérdida inesperada del empleo, sin perjuicio de todos los demás derechos, como, por ejemplo, aviso previo, vacaciones indemnizadas, FGTS, multa del 40% sobre el FGTS, y otros. (Fuente: Revista Tributária e de Finanças Públicas Vol. 59 - p. 30 a 40.)

Es importante que los empleados tengan acceso a las informaciones que orientaron la toma de decisiones. La empresa puede también ofrecer servicios de recolocación y financiar la capacitación de los trabajadores despedidos en todos los niveles jerárquicos.

Reciclaje – Es el proceso por medio del cual un determinado material retorna a su ciclo de producción, tras haber sido utilizado y desechado, para que se transforme nuevamente en un bien de consumo, ahorrando así energía y preservando los recursos naturales y el medio ambiente.

(Para más informaciones consulte el Instituto Gea - www.institutogea.org.br)

Recolección Selectiva de Materiales – Es una alternativa de recolección de residuos que prevé una etapa inicial de separación de los tipos de materiales desechados antes de destinarlos al reciclaje, evitando su envío a las estaciones depuradoras y/o basureros.

Existen actualmente organizaciones que desarrollan programas estructurados de recolección selectiva de materiales. Tales programas involucran a miembros internos de la organización y pueden ser considerados pasos eficaces hacia la sustentabilidad.

(Para más informaciones sobre esos programas, consulte el Instituto Gea - www.institutogea.org.br)

Remuneración Variable – Remuneración variable o de incentivos es una práctica que procura mejorar el desempeño de los profesionales conju-

gando una parte de su remuneración al éxito del negocio o al desempeño de la organización. Se trata de un instrumento de comunicación de las metas y objetivos de la empresa. Incentiva la identificación de oportunidades para mejorar el desempeño de cada área y el desarrollo de los negocios.

Las empresas comprometidas con la causa de la sustentabilidad pueden ofrecer a sus empleados bonos adicionales orientados por elementos sustentables, como éxitos a medio y largo plazo o el alcance de metas relacionadas al desempeño social y ambiental.

Reparto de Utilidades – Es el dispositivo constitucional que concede a los trabajadores el derecho de participar en los lucros o en los resultados de las empresas por medio de negociación. Su pago no incide sobre los encargos laborales y no se incorpora al salario. Se condiciona al alcance de resultados y el valor del bono guarda una proporcionalidad con el salario de cada empleado, sin pago de anticipos. El bono de la PLR (Participação em Lucros e Resultados) se paga en un abono anual, o en dos semestrales, en la gran mayoría de las empresas.

Las compañías comprometidas con la causa de la sustentabilidad pueden ofrecer a sus empleados bonos adicionales orientados por elementos sustentables, como éxitos a medio y largo plazo o el alcance de metas relacionadas al desempeño social y ambiental.

(Más informaciones: Ministério do Trabalho e Emprego - <http://www.mte.gov.br/>)

Residuo – Cualquier material, gaseoso, líquido o sólido, que sobra de un proceso de producción, transformación, extracción de recursos naturales, ejecución o consumo de productos y servicios.

Las empresas pueden invertir en la reducción y reutilización de recursos, con procesos para medir, monitorear y auditar periódicamente los aspectos ambientales significativos relacionados al consumo de recursos naturales y a la producción de residuos y desechos, estableciendo periódicamente nuevas metas.

(Para más informaciones consulte el Instituto Gea - www.institutogea.org.br)

Responsabilidad Social Empresarial - Es la forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el de-

sarrollo sustentable de la sociedad, al preservar recursos ambientales y culturales para generaciones futuras, y al respetar la diversidad y promover la reducción de las desigualdades sociales.

SAC - Servicio de Atención al Cliente. Puede la empresa divulgar ampliamente este tipo de servicio, para mejor aprovecharlo. Proporciona fácil acceso a los consumidores/clientes, en forma gratuita. Los profesionales que lo ejecutan deben recibir entrenamientos continuos para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor. La empresa debe procurar resolver rápida e individualmente las demandas, orientando a los consumidores/clientes sobre los procedimientos adoptados. Puede la compañía crear procesos que aclaren las causas de los problemas demandados y utilizar tales informaciones para perfeccionar la calidad y desarrollo de productos y servicios.

Sistema de Gestión Ambiental – Es el sistema que define las etapas de evaluación, planificación, implementación, monitoreo y revisión, según prevén las normas internacionales ISO 14000, con perspectiva de mejoría continua progresiva. Es importante que la empresa aborde la cuestión ambiental como un tema transversal en su estructura organizativa y la incluya en su planificación estratégica.

(Conozca el siguiente manual del Instituto Ethos: "O Compromisso das Empresas com o Meio Ambiente", en www.ethos.org.br)

Stakeholder - Término inglés ampliamente utilizado para designar las partes involucradas, o sea, cualquier individuo o grupo que pueda afectar a la empresa por medio de sus opiniones o acciones, o bien afectarse por ella: público interno, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno, accionistas etc. Hay una tendencia creciente de considerar a un stakeholder a quienes se juzguen como tal, y en cada situación la empresa debe hacer un mapeo de los stakeholders involucrados.

Sustentabilidad Empresarial - "Tener sustentabilidad significa asegurar el éxito del negocio a largo plazo y a la vez contribuir para el desarrollo económico y social de la comunidad, un medio ambiente saludable y una sociedad estable. (...) La sustentabilidad tiene tres amplios componentes, generalmente descritos como 'las personas, los lucros y el planeta', o sea, los aspectos 'sociales, económicos y ambientales'. Se resume en el concepto de la triple bottom line, la necesidad de las empresas de administrar esas tres dimen-

siones. Además de esos tres componentes, hay otro elemento en el proceso para la sustentabilidad, respecto a la responsabilidad (accountability), transparencia e involucración con los stakeholders. La sustentabilidad también se conoce como "responsabilidad social corporativa" o "ciudadanía corporativa". Aunque usemos aquí la palabra "sustentabilidad", reconocemos que pueden ser sinónimas, en muchos puntos y cubren los mismos amplios aspectos de los negocios: gestión, tratamiento que se da a los empleados, impacto sobre el medio ambiente y sobre la comunidad local y las relaciones con los proveedores y clientes." (Fuente: SustainAbility - www.sustainability.com)

Tema Trasversal – El tema de que trata la empresa globalmente y no como tema de un área específica.

Tercer Sector - Es el conjunto de organizaciones de la sociedad civil de derecho privado y sin fines de lucro, que realizan actividades en favor del bien común. Integran el tercer sector las instituciones como las ONG (organizaciones no gubernamentales) y las Oscip (organizaciones de la sociedad civil de interés público). El término, creado por investigadores norteamericanos en los años 1970, parte de la idea de que, además del Estado y del sector privado, hay una tercera vía, que reúne actividades privadas volcadas a la atención de las necesidades colectivas de la sociedad. (Fuente: Folha de S.Paulo.)

Trabajo Infantil - "Es el trabajo ilegal de niños. La Ley (Art.60 a 69 del Estatuto da Criança e do Adolescente) determina que sólo está permitido el trabajo después de los 16 años o a partir de los 14 años en la condición de aprendiz, garantizadas la escolarización y la condición peculiar del desarrollo del adolescente." (Fuente: www.fundabrinq.org.br) Además de no contratar menores, excepto en la

condición de aprendices, puede la empresa adoptar políticas formales con el objetivo de contribuir para la erradicación del trabajo infantil, al discutir con sus proveedores sobre el tema y estimularlos a cumplir la legislación. En sus contratos con proveedores, la empresa puede tener cláusulas específicas sobre el tema y celar por su cumplimiento y garantizar la prohibición de la contratación de menores, incluso en los contratos de los proveedores de sus terceros.

Trabajo forzado - "El trabajo forzado puede asumir varias formas. Resumidamente, es forzar a una persona a realizar ciertos tipos de trabajo e imponerle una penalidad en caso de que no lo haga. El trabajo forzado puede estar relacionado al tráfico de personas, que crece rápidamente en todo el mundo. Puede surgir de prácticas abusivas de reclutamiento que llevan a la esclavitud por deudas. Puede involucrar la imposición de obligaciones militares a civiles. Puede estar ligado a prácticas tradicionales. Puede involucrar la punición por opiniones políticas y, en algunos casos, puede adquirir las características de esclavitud y de tráfico de esclavos de tiempos pasados."

(Fuente: Organización Internacional del Trabajo - <http://www.ilo.org>)

Como forma de contribución para la erradicación del trabajo forzado, puede la empresa adoptar políticas formales. Puede discutir con sus proveedores el tema y estimularlos a cumplir la legislación.

En sus contratos con proveedores, la empresa puede tener cláusulas específicas sobre el tema y celar por su cumplimiento y garantizar la prohibición de este tipo de trabajo, incluso en los contratos de los proveedores de sus terceros.

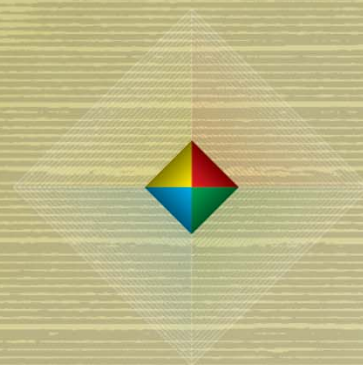
Trabajador Tercerizado - Es el trabajador contratado por una empresa prestadora de servicios, y no directamente por la empresa. El término ter-

cerización significa la contratación de servicios por medio de empresa intermediaria entre el tomador de servicios y la mano de obra, mediante contrato de prestación de servicios.

Es importante que la empresa tenga corresponsabilidad por el cumplimiento de las obligaciones laborales y de la seguridad social de sus trabajadores tercerizados. Puede también la empresa negociar con sus proveedores para que gestionen para sus empleados niveles salariales compatibles con el promedio de mercado. Asimismo puede ofrecer a sus terceros, las mismas condiciones de salud y seguridad y acceso a prestaciones básicas disfrutadas por los empleados regulares, como transporte, alimentación, guardería, ambulatorio etc.

Voluntariado Empresarial – Un programa de voluntariado empresarial es el apoyo formal y organizado de una empresa a empleados y jubilados que desean servir voluntariamente a una comunidad con su tiempo y habilidades (Fuente: Points of Light Foundation - www.pointsoflight.org).

Una de las formas más valiosas de colaboración de la empresa con el desarrollo social del país es la transferencia de conocimientos y competencias de planificación y gestión para las organizaciones sociales. Al estructurar un programa de voluntariado, crea la empresa un canal para esta transferencia y genera grandes transformaciones. Al fortalecer las organizaciones sociales, podrán ampliar y cualificar sus actividades y en esta forma obtener resultados más eficientes y significativos. (Fuente: Centro de Voluntariado de São Paulo – CVSP - www.voluntariado.org.br)



Realização



Patrocínio

