

INDICADORES ETHOS - IARSE

PARA NEGOCIOS
SUSTENTABLES Y
RESPONSABLES

VERSIÓN 3.1

INSTITUTO
ETHOS

IARSE
Instituto Argentino de
Responsabilidad Social Empresaria

SUSTENTABILIDAD ARCOR

Alimentando vínculos para el desarrollo.



Buscanos en www.arcor.com.ar



Alimentando Momentos Mágicos



**Ayudar a quien
lo necesita
es también
una forma
de dar un buen
servicio**

Además de brindar el mejor servicio de gas, **el progreso social de nuestra comunidad** es uno de nuestros principales objetivos.

Es por eso que, desde hace más de 20 años, desarrollamos **programas de responsabilidad social**.

Porque conformarse con hacer bien algunas cosas no alcanza.

www.gasnaturalfenosa.com.ar

gasNatural
fenosa 

La energía que piensa





INDICADORES ETHOS - IARSE

PARA NEGOCIOS SUSTENTABLES Y RESPONSABLES

En el marco del Programa:



PLARSE
Programa Latinoamericano de
Responsabilidad Social Empresarial

Créditos de la versión original en Portugues:

Indicadores Ethos para Negocios Sustentables y Responsables (versión original) es una publicación del Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, que está disponible en forma gratuita para todas las empresas.

Realización

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
Rua Dr. Fernandes Coelho, 85, 10º andar
05423-040 – São Paulo, SP
Tel.: (11) 3897-2400
Fax: (11) 3897-2424
E-mail: atendimento@ethos.org.br
Visite: www.ethos.org.br

Patrocinador Principal

Instituto Abradee de Energia, Itaú Unibanco e Shell

Patrocinador

Eurofarma e ZBRA

Apoyos Institucionales

Alcoa, CPFL Energia, Natura, Vale e Walmart Brasil

Apoyo para la Estructuración del Proyecto

BP Biofuels Brasil e Instituto Abradee de Energia

Dirección Editorial

Paulo Itacarambi

Coordinación

Ana Lucia de Melo Custodio e Tiago Cocco Liberatori

Colaboradores del Instituto Ethos/Uniethos

Juliana Soares, Letícia Navarro e Solange Rubio (área de Gestão Sustentável)

Ana Angélica B. de Melo Rocha, Benjamin Gonçalves, Bruno Videira, Caio Magri, Daniela Damiaty, Denise Fejgelman, Felipe Saboya, Flávia Resende, Gabriela Rodrigues dos Santos, Grazielle Campos da Silva, Gustavo de Medeiros Ferraz, Jorge Luiz Numa Abrahão, Lidia Rapuano Manduré, Margarida Curti Lunetta, Mariana Parra, Marina Ferro, Paula Marchiori, Paula Scalco, Reginaldo Magalhães e Tereza Cristina Rosa

Consultoría

BSD Consulting Ltda. – Beat Gruninger, Felipe Nestrovsky, Joyce Fernandes e Mariana Fernal

Edición y Revisión del Texto

ArteTexto Publicações e Márcia Melo

Proyecto y Producción Gráfica

113 DC Design + Comunicação

Investigación y Desarrollo (versión original)

Instituto Ethos: Valdemar de Oliveira Neto e Vivian P.B. Smith

Consultores: José Edson Bacellar Jr. e Paulo Knörich, Fundação Dom Cabral e Pact São Paulo, setembro de 2013.

Está permitida la reproducción del contenido de esta publicación citando la fuente y con autorización previa del Instituto Ethos.

Aclaración sobre las actividades del Instituto Ethos.

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

Para aclarar dudas puede consultar sobre las actividades del Instituto Ethos en el sitio www.ethos.org.br.

Versión en Español:

Traducción al español para PLARSE (PROGRAMA LATINOAMERICANO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA). Para ser utilizada por entidades promotoras de la RSE/Sustentabilidad participantes del Programa PLARSE de: Brasil, Colombia, Ecuador, Bolivia, Paraguay, Peru, Nicaragua y Uruguay.

Indicadores Ethos para Negocios Sustentables y Responsables (versión en español) es una publicación original del Instituto Ethos puesta a disposición en su versión en español por el IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria), de manera gratuita para todas las empresas y organizaciones promotoras de la RSE.



**Instituto Argentino de
Responsabilidad Social Empresaria**

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

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

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

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

Almirante Brown 245 (X5002IWE)

Córdoba - Argentina

Tel/Fax: 54-351-4887314

Web: www.iarse.org

Mail: mail@iarse.org

Responsables de la presente Edición

Luis A. Ulla, Laura Massari y Federico Zarate

Supervisión de la traducción

Alicia Rolando de Serra

www.ars-reportesustentable.com

Agradecimientos

Agradecimiento especial al Instituto Ethos, sus autoridades y equipo de colaboradores por la generosidad y el apoyo técnico y humano que brindan a quienes conforman el IARSE.

La traducción y adaptación de este documento pudo ser realizada gracias al apoyo de ARCOR, BANCO PATAGONIA y GAS NATURAL FENOSA.

Adaptación Gráfica

Aero Studiodesign

www.aerostudiodesign.com

info@aerostudiodesign.com

Queda hecho el depósito que marca la Ley N° 11.723

Derechos reservados.

Prohibida su reproducción total o parcial.

Impreso en Argentina.

ISBN: 978-987-22353-6-9

Queda totalmente prohibida su reproducción total o parcial sin expresa autorización por escrito del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE).

El presente documento ha sido impreso en papel proveniente de bosques gestionados de manera responsable.

ÍNDICE

Prefacio	p.09
Presentación	p.10
Dimensión Visión y Estrategia	p.18
Dimensión Gobierno Corporativo y Gestión	p.24
Dimensión Social	p.44
Dimensión Ambiental	p.66
Cuestiones Cuantitativas	p.81
Correlaciones	p.95
Agradecimientos	p.103
Patrocinadores	p.106
Aliados Institucionales	p.107

PREFACIO INSTITUTO ETHOS

En octubre de 2010, dimos inicio a un amplio proceso participativo con el desafío de comprender el papel de los Indicadores en un contexto en el cual la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) ya no era una novedad para las empresas y para los interesados. Teníamos un plan a seguir y la intención de escuchar y recibir las recomendaciones de los stakeholders para desarrollar una nueva generación de los Indicadores Ethos. Los objetivos eran incorporar el aprendizaje en sustentabilidad y responsabilidad social adquirido de su aplicación, y mejorar la utilidad y la correspondencia con las diferentes iniciativas disponibles en el mercado, para que la sustentabilidad se integre efectivamente a los negocios.

Además de aportar nuestro propio saber, quisimos hacer participar a las personas -fueran ellas usuarios de la herramienta, especialistas en RSE o meras interesadas en el tema- así como a empresas, organizaciones de la sociedad civil u organismos de gobierno. Quisimos poner en práctica, de forma efectiva, la participación de las partes interesadas que tanto estimulamos a las empresas a adoptar. Por esta razón, establecimos un proceso multistakeholder, formalizando instancias que fortalecieran todo ese proceso.

Esto nos condujo a enfrentar varios desafíos, entre los cuales el principal fue equilibrar las diferentes expectativas y visiones sobre los mismos propósitos: actualizar los Indicadores Ethos trazando nuevos aspectos y avances del movimiento de responsabilidad social, sin que ellos fueran extensos, excesivos o difíciles de aplicar; tornándolos más amigables y más simples, sin perder la profundidad de su propuesta; auxiliar a las empresas a aplicarlos eficientemente; que les sea útil para otros usos así como para su participación en otras iniciativas; dar mayor visibilidad a las empresas que los aplicaran, sin perder la confidencialidad y el sigilo en su uso.

Fueron muchas las preguntas. También fueron muchas las consultas, formales e informales, a centenares de personas que contribuyeron con estas reflexiones. Aquí está el resultado, que es fruto de un trabajo intenso y colaborativo, en el que participaron personas y organizaciones que se dedicaron mucho más de lo que esperábamos inicialmente y tomaron como suyos los desafíos relacionados a esta iniciativa. Más que contribuir a una herramienta de gestión, estas personas, así como nosotros, se comprometieron con este trabajo esperando contribuir para la transformación del mundo en que vivimos.

Sabemos que varias empresas ya avanzaron bastante, con prácticas a un nivel de excelencia. Pero sabemos también que muchas otras precisan ingresar en ese universo. El resultado que ahora presentamos refleja nuestro empeño en equilibrar estas diferentes necesidades: apoyar a las empresas que se inician en el camino de la RSE y estimular a aquellas que ya están avanzadas. Entendemos que esto es posible y trabajamos en muchos frentes para alcanzar este objetivo.

Es con este propósito que hemos promovido desde Setiembre de 2013 los Indicadores Ethos para Negocios Sustentables y Responsables que ahora son presentados en su versión argentina, promovida por el IARSE, nuestro socio desde hace mucho tiempo. Esta herramienta explicita nuestro entendimiento de que la responsabilidad social es una forma de gestión que debe estar presente en cualquier debate sobre sustentabilidad. Esto porque entendemos sustentabilidad y responsabilidad social como conceptos interdependientes y no excluyentes. Esa visión tiene origen en propias reflexiones que venimos haciendo como organización, buscando integrar los principios y comportamientos de responsabilidad social con los objetivos para la sustentabilidad. Vivenciamos estas reflexiones y buscamos esa integración.

Este es un instrumento "para" negocios sustentables y responsables. O sea, un instrumento que busca estimular a que los negocios sean sustentables y responsables, y no simplemente identificar o reconocer a los que ya lo son.

Tenemos mucha satisfacción con el lanzamiento de esta adaptación de la herramienta al contexto argentino, y estamos deseosos de que mas organizaciones de América Latina integren este trabajo con Indicadores para Negocios Sustentables y Responsables; eso significará fortalecimiento y avance del movimiento por la responsabilidad social empresarial y la sustentabilidad en la región.

Invitamos a usted a conocer las novedades de este instrumento y a usarlo en sus actividades. Que la transformación que necesitamos en el mundo sea alcanzada con su participación.

Instituto Ethos

PREFACIO A LA VERSIÓN ARGENTINA

Cuando comenzaba el siglo XXI, se ponía en marcha la creación del IARSE. Sin dudas que el Instituto ETHOS tuvo una influencia decisiva en ese proceso. Por tanto podemos afirmar que es una relación que lleva más de 14 años. En todo ese tiempo, hemos recibido el apoyo incondicional de ETHOS, sus directivos y funcionarios. Enfrentados al dilema de si valía la pena crear Indicadores de RSE propios para la Argentina, o si habría que adoptar unos que permitieran disponer de la más amplia comparabilidad entre empresas con actividad en ambos países, no quedaron dudas, y así nacieron en 2002 los primeros Indicadores ETHOS/IARSE de RSE en español, los que luego se transformaron en un escalón importante para la creación del PLARSE - Programa Latinoamericano de RSE que hoy permite que 9 países de la región utilicemos esta fantástica herramienta de ordenamiento conceptual, auto diagnóstico y planificación de la gestión de RS&S (Responsabilidad Social y Sustentabilidad) para el mundo empresario. Nos asombra además, el creciente interés que centros académicos, profesionales de diversas ramas, escuelas de negocios y hasta entidades educativas de nivel medio tienen por estos Indicadores.

Nada de todo esto sería posible sin la generosidad y la visión estratégica que ETHOS ha desplegado y sostenido desde su creación. Por eso, nos enorgullece ser parte de movimiento que busca hacer del mundo algo digno para todos los que lo habitamos. Para eso sirve esta herramienta de gestión, mejorada y evolucionada en base al diálogo, la honestidad y la coherencia. Ojalá que la misma permita hacer mejores empresas, más comprometidas con la sustentabilidad y una conducta responsable, ya que nos serán demandadas a todos por las actuales y las futuras generaciones. Gracias ETHOS, y gracias a todos los que creen y colaboran en difundir, mejorar y generalizar el uso cotidiano de este tipo de materiales. Deseamos que esta una nueva evolución que hoy ponemos en sus manos sea de verdadera y amplia utilidad.

IARSE

INDICADORES ETHOS

PARA NEGOCIOS SUSTENTABLES Y RESPONSABLES

Esta herramienta de gestión, de uso gratuito, busca apoyar a las empresas en la incorporación de la sustentabilidad y responsabilidad social empresarial (RSE) en sus estrategias de negocio, de modo que este sea sustentable y responsable.

Esta generación de los Indicadores Ethos, que será continuamente mejorada, presenta un nuevo abordaje para la gestión de las empresas. Procura integrar los principios y comportamientos de la RSE con los objetivos para la sustentabilidad, basándose en un concepto de negocios sustentables y responsables aún en desarrollo.

Los indicadores ETHOS-IARSE/PLARSE para Negocios Sustentables y Responsables tienen como foco evaluar cuánto de sustentabilidad y de responsabilidad social ha sido incorporado en los negocios, auxiliando a definir estrategias, políticas y procesos. Aunque incorpora medición del desempeño en sustentabilidad y responsabilidad social, esta herramienta no se propone certificar el desempeño de las empresas ni reconocer o avalar a las empresas como sustentables o responsables.

QUÉ ES UN NEGOCIO SUSTENTABLE Y RESPONSABLE

Es la actividad económica orientada a la generación de valor económico-financiero, ético, social y ambiental, cuyos resultados son compartidos con los públicos afectados. Su producción y comercialización, está organizada de modo de reducir continuamente el consumo de bienes naturales y de servicios ecosistémicos, a procurar la competitividad y continuidad de la propia actividad, y a promover y mantener el desarrollo sustentable de la sociedad.

Los Indicadores Ethos para Negocios Sustentables y Responsables fueron desarrollados para estar al servicio de los negocios. Traen nuevas aplicaciones y funcionalidades, entre las cuales destacamos: total flexibilidad en la aplicación por parte de las empresas; generación de informes más próximos a la realidad empresarial, con datos orientados a las áreas funcionales, los cuales apoyarán efectivamente a la gestión; y mecanismos para planeamiento, posibilidad de compartir datos con las partes interesadas, monitoreo de compromisos y pactos de RSE/sustentabilidad y desarrollo de la sustentabilidad en la cadena de valor.

Fueron desarrollados de manera convergente con diversas iniciativas, dando mayor énfasis a la Norma ABNT ISO 26000, a las Directrices para la Elaboración de Reportes de Sustentabilidad Global Reporting Initiative (GRI) y el Carbon Disclosure Project (CDP), de modo a contemplar los avances del movimiento de RSE/sustentabilidad en Brasil y el mundo; y de consolidar la experiencia regional latino-americana de adaptación de los Indicadores Ethos a sus respectivos contextos vía el PLARSE*. La nueva generación permitirá producir reportes que faciliten el uso de otras iniciativas o herramientas de gestión.

*** PROGRAMA LATINO-AMERICANO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL (PLARSE)**

Iniciativa que tiene por objetivo fortalecer el movimiento de RSE en América Latina, mediante el intercambio de experiencias y conocimiento entre las organizaciones participantes y la consolidación de alianzas que contribuyan a la creación de un ambiente favorable a la gestión socialmente

ORGANIZACIÓN DEL CUESTIONARIO

La clasificación de los Indicadores Ethos cobró una nueva formulación. Además de indicadores, subtemas y temas, el cuestionario está agrupado en dimensiones. Las dimensiones se desagregan en temas inspirados en la Norma ISO 26000, los cuales, a su vez, se desdoblan en subtemas y, posteriormente en indicadores.



TIPOS DE CUESTIONES

El contenido de los Indicadores Ethos preserva la estructura que los consolidó como herramienta de aprendizaje: cuestiones de profundidad, cuestiones binarias y cuestiones cuantitativas.

Cada indicador está compuesto por estos tres tipos de cuestiones, siendo las de profundidad y las binarias obligatorias para la elaboración de reportes de diagnóstico. Las cuestiones cuantitativas, son opcionales y se recomienda que sean respondidas en la etapa de planeamiento.

	Cuestiones de profundidad	Cuestiones binarias	Cuestiones Cuantitativas
¿Qué son?	Representados por cinco cuadros contiguos, representan la evolución de las prácticas en cada indicador.	Preguntas con respuestas "sí" o "no" que orientan con claridad cómo escoger un estadio.	Cuestiones numéricas, para apoyar la definición de objetivos y metas claras para el próximo ciclo de aplicación de los Indicadores Ethos/IARSE.

COMO APLICAR LOS INDICADORES ETHOS

El contenido de los Indicadores Ethos está disponible para todas las empresas, independientemente de su tamaño.

La clave del nuevo contenido consiste en la flexibilidad que brinda el nuevo sistema on-line de aplicación: la empresa puede seleccionar los indicadores de acuerdo a sus intereses con relación a los temas que pretende desarrollar. No hay un número mínimo para su aplicación.

Al responder el cuestionario, inicie por las cuestiones binarias. Identifique cuáles son las prácticas que está desarrollando la empresa. Después de esa identificación, determine en qué estadio se encuentra en aquel indicador.

Una vez que haya terminado de responder, transfiera sus respuestas al sistema on-line. En cada indicador, el sistema apuntará el estadio en el cual está encuadrada. No obstante, la selección final del estadio continuará siendo de la empresa.

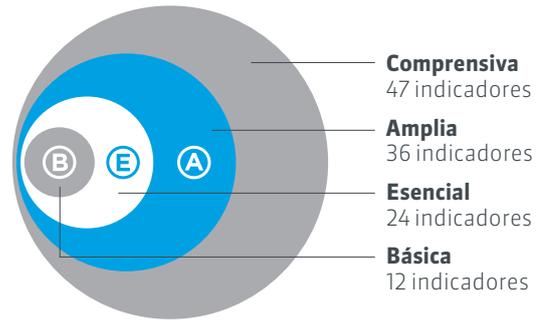
Al terminar de cargar las respuestas en el sistema, y luego de enviar los datos, la empresa podrá acceder a su reporte de diagnóstico y pasar a la etapa de planeamiento. En ese momento podrán ser respondidos los indicadores cuantitativos y así usarlos como referencia en el establecimiento de las acciones. Para mayor información, acceda a los documentos de orientación para la aplicación en www.iarse.org.

PRE- FORMATOS

Para los diferentes niveles de madurez de las empresas en la gestión de la RSE/Sustentabilidad, están disponibles selecciones de indicadores específicos. En cada opción, el cuestionario identificará cada una de las cuestiones y las categorías correspondientes para cada indicador, a saber:

- **Básica.** Compuesta por 12 indicadores. Esta selección comprende cuestiones referidas a un abordaje más amplio sobre los temas tratados por las diferentes dimensiones;
- **Esencial.** Con 24 indicadores, esta categoría trae cuestiones relevantes a las empresas desde la perspectiva de las partes interesadas. Representa lo que tradicionalmente se reconoce como la “agenda mínima” de la RSE/Sustentabilidad;
- **Amplia.** Esta selección reúne 36 indicadores que incorpora desdoblamientos relativos a la “agenda mínima” de la RSE/Sustentabilidad.
- **Comprensiva.** Es el conjunto de los 47 indicadores desarrollados para esta nueva generación que incluyen cuestiones de vanguardia y que permiten una mirada sobre la propia evolución de la gestión sustentable y socialmente responsable.

NIVELES PARA LA APLICACIÓN



ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO

TÍTULO DEL INDICADOR

Visión y Estrategia

Modelo de Negocios

NAVEGADOR:
Dimensión/Tema/Subtema

INDICADOR DIMENSIÓN

03^E

	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
ESTADIO 1			
<p>En relación al asunto, la empresa cumple la legislación cuando corresponde, y trata el tema en forma incipiente.</p>	3.1.1 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.1.2 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2			
<p>En relación al asunto, la empresa desarrolla iniciativas e implementa prácticas corrientes.</p>	3.2.1 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.2.2 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3			
<p>En relación al asunto, la empresa adopta políticas formalizadas e implementa procesos para promover valores.</p>	3.3.1 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.3.2 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.3.3 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.3.4 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.3.5 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4			
<p>En relación al asunto, la empresa mide los beneficios de su gestión y los considera en la toma de decisiones y en la gestión de riesgos (incluida la cadena de valor).</p>	3.4.1 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.4.2 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.4.3 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.4.4 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.4.5 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5			
<p>En relación al asunto, la empresa pasó por transformaciones e innovaciones para la generación de valores y actualización de sus prácticas.</p>	3.5.1 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.5.2 Práctica que evidencia el estadio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias y que justifica la selección del estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

CUESTIONES DE PROFUNDIDAD / ESTADIOS

DESCRIPCIÓN DE ESTADIOS

ESTADIO MÁS APROPIADO

CUESTIONES BINARIAS

INDICADOR

CONTENIDOS Comprensivo, Amplio, Esencial y Básico

SISTEMA ON-LINE

El uso del sistema es gratuito y sus funcionalidades y reportes están disponibles para todas las empresas.

La clave del nuevo contenido de los Indicadores Ethos es la flexibilidad en su aplicación, que ofrece el nuevo sistema on-line.

Al aplicar los Indicadores Ethos, la empresa recibe un reporte de diagnóstico sobre su desempeño en cada una de las dimensiones del cuestionario y una comparación de sus resultados con las que han aplicado al sistema, con las de su mismo sector y con las que siguieron el mismo criterio en el proceso de aplicación.

NUEVAS FUNCIONALIDADES DEL SISTEMA ON-LINE

- **Planeamiento.** Con la aplicación de los Indicadores Ethos, las empresas tendrán la posibilidad de escoger que cuestiones van a tratar de gerenciar a partir de los resultados del sistema on-line. Esta herramienta les permitirá establecer y seguir las metas, plazos y recursos.
- **Reporte de diagnóstico organizado por áreas funcionales.** Para facilitar el entendimiento de las implicaciones para las diferentes áreas de los aspectos abordados por el cuestionario, el usuario tendrá acceso a un Reporte organizado por las áreas funcionales tradicionalmente encontradas en una empresa. Además de esto, podrá identificar, en el momento en que haga su planeamiento, cuáles áreas están involucradas en el cumplimiento de determinada meta.
- **Orientación para la selección de los estadios.** El nuevo sistema on-line auxiliará a la empresa en la identificación del estadio más adecuado para determinada práctica al resaltar automáticamente el más apropiado, considerando la selección que se ha realizado de los indicadores binarios. Esto funciona como una información adicional para la empresa, que deberá reflexionar sobre el resultado sugerido y efectuar a continuación la selección del

estadio que juzga más adecuado.

- **Indicación de inconsistencias.** En el caso que haya alguna inconsistencia en las respuestas dadas por la empresa, el sistema va a señalarlas, para chequearlas y corregirlas. Este recurso también funciona como una información adicional para la empresa, que deberá reflexionar sobre lo que el sistema señala como incongruente y efectuar las correcciones que considere necesarias.
- **Reportes para gestión de información.** Además del reporte de diagnóstico disponible a partir de la aplicación de los Indicadores Ethos/IARSE, la empresa tendrá a su disposición nuevos reportes que apoyarán la gestión de la información, para uso interno o para divulgación a las partes interesadas. Tales reportes estarán disponibles en diferentes formatos, a partir de la G4, de CDP, de la ISO 26000 y de Pacto Global. Las informaciones incluidas en el sistema serán accesibles en el formato propio de estos instrumentos, de modo de apoyar y optimizar el tiempo de las empresas que los utilizan. Más iniciativas de este tipo, se incluirán próximamente. Además de esto, las empresas asociadas a Ethos/IARSE tendrán a su disposición una funcionalidad exclusiva que las ayudará a elaborar la rendición de cuentas en RSE/Sustentabilidad.
- **Información para partes interesadas.** Este mecanismo facilita la identificación de información en sustentabilidad para las partes interesadas, a partir de su propia perspectiva. Con el propósito de establecer un diálogo con ellas, se estimula a las empresas a compartir secciones de indicadores específicos. De la misma forma, a los diferentes grupos que las componen se los estimulará para comprender a partir de las informaciones y datos de RSE/sustentabilidad, cómo las empresas pueden, de hecho, contribuir para el desarrollo sustentable.
- **Monitoreo de compromisos y pactos.** Las empresas signatarias de pactos y compromisos en sustentabilidad promovidos por el Instituto Ethos, tendrán a disposición un sistema on-line de los Indicadores Ethos como herramienta para evaluar y acompañar su desempeño individual y el de las empresas participantes de dichos foros. El nuevo sistema on-line de aplicación de los Indicadores Ethos prevé la migración de los datos existentes en el sistema anterior. Así las empresas tendrán acceso a sus antiguos

PASOS PARA EL USO DEL SISTEMA ON-LINE

1. **Acceda al sitio www.iarse.org**
2. Ingrese usando su login y su contraseña. Los nuevos usuarios deberán registrarse en el sistema. El login será el e-mail informado y la contraseña deberá ser generada por el propio usuario;
3. Registre su empresa en el sistema o recupere el registro ya cargado. El registro de la empresa y la identificación será por su CNPJ/CUIT. El cambio de datos del responsable de la empresa en el sistema será realizado por un procedimiento específico que indicará el propio sistema.
4. Acceda al área de configuración del cuestionario. Usted podrá crear su cuestionario de acuerdo con las necesidades de su empresa. Habrá también opciones de cuestionarios pre-formateados con orientaciones sobre a quién se destinan.
5. Seleccionado el cuestionario, complételo y envíelo.
6. El reporte de diagnóstico estará disponible cuando se envíen las respuestas.
7. Después del envío del cuestionario el sistema liberará la funcionalidad de planeamiento y acceso a los demás tipos de reportes.

cuestionarios y reportes de diagnóstico.

ORIENTACIONES PARA SU APLICACIÓN

En el sitio web www.iarse.org podrá descargar la presente Guía de Autodiagnostico en formato PDF.

ACCESO AL SISTEMA ON-LINE

Para acceder al sistema de autodiagnostico on-line, ingrese a www.iarse.org, luego a la sección "Publicaciones IARSE", y de allí a "Herramientas de Autodiagnostico", desde donde podrá seleccionar la plataforma correspondiente a esta herramienta.

TRANSICIÓN PARA LA NUEVA GENERACIÓN

El sistema on-line de los Indicadores Ethos/IARSE referido a la generación anterior de la herramienta continuará disponible por los dos próximos ciclos de aplicación, de los Indicadores (versiones 2013 y 2014), a fin de garantizar que empresas argentinas que hicieron adaptaciones locales del instrumento, se preparen para el cambio.

Para mayor información, diríjase a: mail@iarse.org o contáctese vía telefónica al +54 351 4887314.

- 1 Estrategias para la Sustentabilidad
- 2 Propuesta de Valor
- 3 Modelo de Negocios

TEMA: GOBERNABILIDAD ORGANIZACIONAL

Subtema: Gobernabilidad

- 4 Código de Conducta
- 5 Gobierno Corporativo (Empresas de capital cerrado)
- 5 Gobierno Corporativo (Empresas de capital abierto)
- 6 Compromisos Voluntarios y Participación en Iniciativas de RSE/ Sustentabilidad
- 7 Participación de las Partes Interesadas

Subtema: Rendición de Cuentas

- 8 Relaciones con Inversores y Reportes Financieros
- 9 Reportes de Sustentabilidad y reportes Integrados
- 10 Comunicación con Responsabilidad Social

TEMA: PRÁCTICAS DE OPERACIÓN Y GESTIÓN

Subtema: Competencia Leal

- 11 Competencia Leal

Subtema: Prácticas Anticorrupción

- 12 Prácticas Anticorrupción

Subtema: Participación Política Responsable

- 13 Contribuciones a Campañas Políticas
- 14 Participación en el Desarrollo de Políticas Públicas

Subtema: Sistemas de Gestión

- 15 Gestión Participativa
- 16 Sistema de Gestión Integrado
- 17 Sistema de Gestión de Proveedores
- 18 Mapeo de los Impactos de la Operación y Gestión de Riesgos
- 19 Gestión de RSE / Sustentabilidad

TEMA: DERECHOS HUMANOS

Subtema: Situaciones de Riesgo para los Derechos Humanos

- 20 Monitoreo de los Impactos del Negocio en los DDHH
- 21 Trabajo Infantil en la Cadena de Suministros
- 22 Trabajo Forzado (o análogo a Esclavo) en la Cadena de Suministros

Subtema: Acciones Afirmativas

- 23 Promoción de la Diversidad y la Equidad

TEMA: PRÁCTICAS DE TRABAJO

Subtema: Relaciones de Trabajo

- 24 Relaciones con Empleados (Efectivos, Tercerizados, Temporarios o a Tiempo Parcial)
- 25 Relaciones con Sindicatos

Subtema: Desarrollo Humano, Beneficios y Entrenamiento

- 26 Remuneración y Beneficios
- 27 Compromiso con el Desarrollo Profesional
- 28 Comportamiento frente a Despidos y Empleabilidad

Subtema: Salud y Seguridad en el Trabajo y Calidad de Vida

- 29 Salud y Seguridad de los Empleados
- 30 Condiciones de Trabajo, Calidad de Vida y Jornada Laboral

TEMA: CUESTIONES RELATIVAS AL CONSUMIDOR

Subtema: Respeto del Derecho del Consumidor

- 31 Relacionamiento con el Consumidor
- 32 Impacto derivado del Uso de Productos y Servicios

Subtema: Consumo Consciente

- 33 Estrategia de Comunicación Responsable y Educación para el Consumo Consciente

TEMA: PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD Y SU DESARROLLO

Subtema: Gestión de Impactos en la Comunidad y su Desarrollo

- 34 Gestión de los Impactos de la Empresa en la Comunidad
- 35 Compromiso con el Desarrollo de la Comunidad y Gestión de Acciones Sociales
- 36 Apoyo y Desarrollo de Proveedores

TEMA: MEDIO AMBIENTE

Subtema: Cambio Climático

- 37 Enfoque de Gestión de las Acciones Relacionadas con Cambio Climático
- 38 Adaptación al Cambio Climático

Subtema: Gestión y Monitoreo de los Impactos sobre Ecosistemas y Biodiversidad

- 39 Sistema de Gestión Ambiental
- 40 Prevención de la Polución
- 41 Uso Sustentable de Recursos: Materiales
- 42 Uso Sustentable de Recursos: Agua
- 43 Uso Sustentable de Recursos: Energía
- 44 Uso Sustentable de la Biodiversidad y Restauración de Hábitats Naturales
- 45 Educación y Concientización Ambiental

Subtema: Impactos del Consumo

- 46 Impactos del Transporte, Logística y Distribución
- 47 Logística Reversa

DIMENSIÓN

VISIÓN Y ESTRATEGIA



Dimensión Visión y Estrategia

TEMA	VISIÓN Y ESTRATEGIA La visión y la estrategia de una empresa constituyen las bases para la definición de sus acciones, motivo por el cual deben ser claramente validadas por la organización. Por el reconocimiento de su importancia, se recomienda que ambas – visión y estrategia de la empresa - incorporen atributos de sustentabilidad, que estén presentes tanto en los productos como en los servicios que la empresa ofrece, como su “modus operandi”, o sea, la forma como organiza y establece sus operaciones.		
SUBTEMA	VISIÓN Y ESTRATEGIA Cada vez más las organizaciones buscan atender a las necesidades de sus clientes. Entender las nuevas necesidades de la sociedad y transformarlas en estrategia para la empresa puede ser un camino a recorrer para ofrecer productos sustentables e inclusivos.		
INDICADOR	01 ESTRATEGIAS PARA LA SUSTENTABILIDAD Se trata de la incorporación, tanto en las estrategias como en la planificación, de aspectos relacionados a la RSE/sustentabilidad.	02 PROPUESTA DE VALOR Se trata de incorporar la RSE /sustentabilidad como diferencial competitivo de la empresa, o sea como un atributo que esté presente en los productos y/o servicios ofrecidos, que los torne únicos y superiores a aquellos producidos por sus principales competidores.	03 MODELO DE NEGOCIOS Se trata de la integración de los atributos de sustentabilidad en los procesos de gestión de la empresa y en su modelo de negocios. Esta acción no se restringe sólo a la selección de insumos, sino también a la medida en que los incluye en la cadena de valor con vistas a promover la conciliación del lucro con la generación de valor para la comunidad.

Estrategias para la Sustentabilidad

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa incluye aspectos sociales y cuestiones ambientales en sus estrategias.	1.1.1 La empresa incluye aspectos sociales y cuestiones ambientales en sus estrategias.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa incluye en su planeamiento estratégico aspectos sociales y cuestiones ambientales, así como intereses de otros públicos no solo los de sus accionistas y clientes; y también considera - en ese plan - los estudios de impactos socioambientales que elabora, formulando estrategias de sustentabilidad que tienen como objetivo aumentar su eficiencia en el uso de recursos naturales y reducir los impactos socio ambientales negativos.	1.2.1 La empresa incluye en su planeamiento estratégico aspectos sociales y cuestiones ambientales, así como intereses de otros públicos no solo los de sus accionistas y clientes; y también considera - en ese plan - los estudios de impactos socioambientales que elabora, formulando estrategias de sustentabilidad que tienen como objetivo aumentar su eficiencia en el uso de recursos naturales y reducir los impactos socio ambientales negativos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.2.2 La empresa realiza estudios de impacto socioambiental y los considera en su planeamiento estratégico.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.2.3 Las estrategias de sustentabilidad de la empresa tienen como objetivo aumentar la eficiencia en el uso de recursos naturales y reducir impactos socioambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTION	si	no
La empresa posee e implementa políticas, procedimientos y sistemas de gestión; en primer lugar, al integrar la RSE/ Sustentabilidad en sus procesos decisivos tomándolos como elemento esencial de su estrategia; en segundo lugar al identificar los riesgos relacionados con los impactos socioambientales de corto y mediano plazo; en tercer lugar, al implementar procedimientos de gestión de esos riesgos y monitorearlos periódicamente; en cuarto lugar, al identificar las oportunidades relacionadas con esos impactos de corto, mediano y largo plazo; y, en quinto y último lugar, al implementar procedimientos de gestión de las oportunidades relacionadas a sus impactos socioambientales de corto, medio y largo plazo, y los monitorea periódicamente.	1.3.1 La empresa incluye RSE/ sustentabilidad como elemento esencial en su estrategia por medio de su integración en los procesos decisivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.3.2 La empresa identifica riesgos estratégicos, financieros, regulatorios, reputacionales y operacionales relacionados a sus impactos socioambientales de corto y mediano plazo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.3.3 La empresa tiene procedimientos de gestión de esos riesgos que son monitoreados periódicamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.3.4 La empresa identifica las oportunidades relacionadas a los impactos socioambientales de corto mediano y largo plazo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.3.5 La empresa tiene procedimientos de gestión de esas oportunidades que son monitoreadas periódicamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa, en un primer momento, incluyó aspectos socioambientales en las decisiones de financiamiento, inversiones u operación y en las proyecciones de valor. En un segundo momento, elaboró un planeamiento estratégico que contempló escenarios de largo plazo relacionados a las cuestiones socioambientales, identificando los impactos en su cadena de valor. En un tercer momento, identificados esos impactos, adopta procedimientos de gestión de impactos socioambientales en su cadena de valor.	1.4.1 Los aspectos socioambientales se incluyen en las decisiones de operación, inversiones o financiamiento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.4.2 Los aspectos socioambientales se incluyen en las proyecciones de valor económico.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.4.3 La empresa considera escenarios de largo plazo relacionados a las cuestiones socioambientales en su planeamiento estratégico.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.4.4 Identifica impactos socioambientales en su cadena de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.4.5 Tiene procedimientos de gestión de impactos socioambientales en su cadena de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa invierte en investigación y desarrollo para innovación en sustentabilidad y establece metas de generación de nuevos modelos de negocios, considerando potenciales cambios de mercado en relación al tratamiento de las cuestiones socioambientales.	1.5.1 La empresa invierte en investigación y desarrollo para la innovación en sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.5.2 La empresa genera nuevos modelos de negocios debido a potenciales cambios de mercado en razón a impactos socioambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias y que justifica la selección del estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La propuesta de valor de la empresa considera principios de RSE/Sustentabilidad.	2.1.1 La propuesta de valor de la empresa considera principios de RSE y sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa diversifica su portafolio, desarrollando nuevos productos o servicios con insumos o atributos de sustentabilidad, y también, adecua productos y servicios para públicos de menor poder adquisitivo.	2.2.1 La empresa diversifica su portafolio de productos y servicios con una o más líneas de productos y servicios que tienen atributos de sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	2.2.2 La empresa posee productos y servicios adecuados para públicos de menor poder adquisitivo (ejemplo: microseguros, microcréditos, tamaño, unidades, módulos, modelos, etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa identifica las necesidades de sus consumidores y clientes, y, para satisfacerlas, incorpora características y aspectos socioambientales a sus productos o servicios. El reposicionamiento y promoción de los nuevos productos y servicios, a su vez, contempla los atributos de sustentabilidad, además de destacar la búsqueda de satisfacción de las necesidades de su público objetivo.	2.3.1 La empresa identifica las necesidades de sus consumidores/ clientes con relación a aspectos socioambientales en sus productos o servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	2.3.2 El reposicionamiento y promoción de nuevos productos y servicios incluye las necesidades de sus consumidores/ clientes con relación a aspectos socioambientales (cuestiones ambientales como eco eficiencia, o aspectos sociales como valoración de la diversidad).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	2.3.3 El reposicionamiento y promoción de nuevos productos incluye otros atributos de sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa busca la mejora continua diseñando métodos ambientales o sociales más eficientes para ofrecer sus productos y servicios, y lo hace de modo de contribuir a la solución de problemas sociales, ambientales o éticos. Obtiene con esto, resultados tangibles, como indica una buena evaluación por parte de sus clientes/consumidores.	2.4.1 La empresa desarrolla productos y servicios direccionados a solucionar problemas sociales, ambientales o éticos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	2.4.2 Los encuestas de satisfacción indican una buena evaluación por parte de los consumidores/ clientes de esos servicios o productos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	2.4.3 Estos productos y servicios, además de atender a un objetivo social, ambiental o ético y dar satisfacción a los consumidores/ clientes, son rentables.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	2.4.4 La empresa busca el mejoramiento continuo, diseñando métodos ambientales o sociales más eficientes para ofrecer sus productos y servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa implementa mecanismos de participación para incluir partes interesadas en la definición de nuevas líneas de productos o servicios que generen valor para la sociedad. Procediendo de esta forma, ella implementa, en su sector de la sociedad, cambios favorables en la implantación de una economía verde, inclusiva y responsable.	2.5.1 La empresa dispone de mecanismos de participación de partes interesadas en el diseño de nuevos productos y servicios ("innovación abierta").	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	2.5.2 La empresa participa en las políticas públicas que favorecen la promoción de una economía, verde, inclusiva y responsable en su sector de actuación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	2.5.3 La empresa participa en políticas públicas que favorecen un modelo sustentable de producción y consumo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias y que justifica la selección del estadio? En caso positivo, describir:</p>	<p><input type="radio"/> La empresa no se identifica en ningún estadio.</p>	<p><input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

Modelo de Negocios

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa da preferencia a la compra de insumos y/o contratación de servicios ambientalmente legales y socialmente responsables.	3.1.1 La empresa da preferencia a la compra de insumos y/o servicios ambientalmente legales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.1.2 La empresa da preferencia a la compra de insumos y/o servicios socialmente responsables	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa realiza análisis de ciclo de vida de sus productos y servicios y mapea los impactos socioambientales que causa en la cadena de suministro.	3.2.1 La empresa realiza análisis del ciclo de vida de sus productos y servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.2.2 La empresa posee un mapeo de sus impactos socioambientales considerando su cadena de suministro.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa está atenta a las tendencias relacionadas a la sustentabilidad que pueden redefinir su mercado o modelo de negocios y entiende RSE/ sustentabilidad como factores condicionantes para su crecimiento económico. Además de esto, cuantifica la reducción de costos obtenida por medio de iniciativas de mitigación de los impactos negativos de productos y servicios; desarrollando acuerdos con proveedores, buscando la mejora de sus procesos de gestión; y participando de la disposición final de productos post-consumo.	3.3.1 La empresa considera de manera sistemática las tendencias vinculadas a la sustentabilidad que pueden redefinir su mercado o modelo de negocios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.3.2 RSE/ sustentabilidad son factores condicionantes para el crecimiento económico de la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.3.3 La empresa cuantifica la reducción de costos obtenida por medio de las iniciativas de mitigación de impactos sociales y ambientales de productos y servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.3.4 La empresa desarrolla acuerdos con proveedores, buscando la mejora de sus procesos de gestión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.3.5 La empresa participa de la disposición final de sus productos post-consumo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa incorpora, en el cálculo de costos de la producción, las externalidades socioambientales. Además de esto, generó un nuevo modelo de negocio que busca conciliar lucro e inclusión social y demuestra resultados ganar-ganar obtenidos con esta nueva forma de hacer negocios. Tal estrategia, por un lado contribuye a mitigar el riesgo ambiental o social, y por otro implanta en la empresa un modelo financiero que facilita decisiones de sustentabilidad a largo plazo.	3.4.1 La empresa incorpora el costo de externalidades socioambientales en el cálculo de costos de producción .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.4.2 La empresa generó un nuevo modelo de negocios que busca conciliar el lucro y la inclusión social .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.4.3 La empresa demuestra resultados ganar-ganar obtenidos en esa nueva forma de hacer negocios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.4.4 Las nuevas actividades contribuyen a la mitigación de un riesgo ambiental o social.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.4.5 El modelo financiero de la empresa facilita decisiones de sustentabilidad en el largo plazo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa, al generar un nuevo modelo de negocios que busca conciliar lucro, inclusión social e impacto ambiental decreciente, cambió de forma significativa su modelo de negocios, incluyendo objetivos sociales y ambientales en su contrato social o estatuto .	3.5.1 La empresa generó un nuevo modelo de negocios que busca conciliar lucro, inclusión social e impacto ambiental decreciente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.5.2 La empresa cambió de forma significativa su modelo de negocios, incluyendo objetivos sociales y ambientales en su contrato social o estatuto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

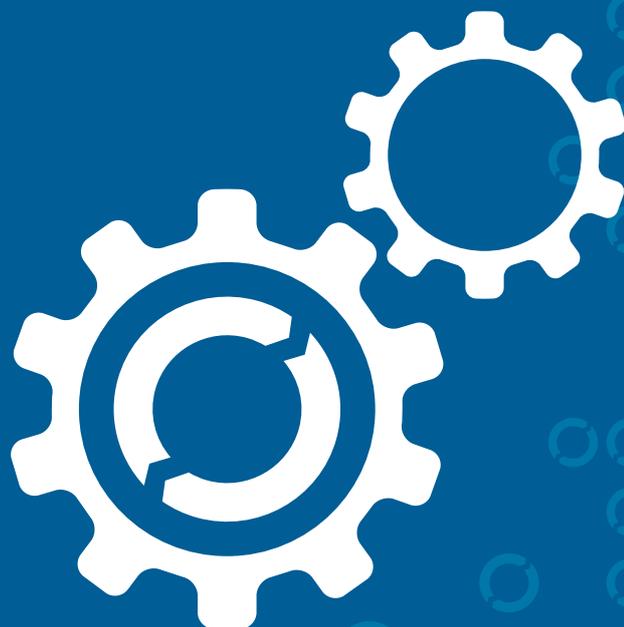
La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias y que justifica la selección del estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

DIMENSIÓN

GOBIERNO CORPORATIVO Y GESTIÓN



TEMA	GOBIERNO CORPORATIVO Son temas que orientan a la empresa a estructurar su gestión alineada a RSE / Sustentabilidad que comprende desde su propósito e implementación de políticas hasta su integración con los procesos de gestión de la empresa.						
	GOBIERNO CORPORATIVO Y CONDUCTA El estilo de gobierno y la conducta, son los principales orientadores de una organización; pues son los responsables de dirigir la atención de todos y de cada uno - empleados, proveedores, clientes, accionistas y otras partes interesadas – a los objetivos comunes de la empresa y su responsabilidad con la sociedad.				RENDICIÓN DE CUENTAS Se trata de uno de los principios fundamentales de la RSE / Sustentabilidad (accountability), por medio del cual la empresa informa y se responsabiliza de los impactos negativos que produce sean de naturaleza económica, social ambiental o de naturaleza ética.		
INDICADOR	04 CÓDIGO DE CONDUCTA El código de conducta reúne las normas de comportamiento adoptadas por la empresa, que se responsabiliza también por formalizarlas y difundirlas en su esfera de influencia. La obediencia a este ordenamiento y su divulgación tiene como objetivo promover y consolidar un posicionamiento ético.	05 GOBERNABILIDAD Trata del sistema de toma de decisiones de la empresa dirigido a la consecución de los objetivos organizacionales, de forma que se haga de manera responsable y coherente con los principios de RSE / sustentabilidad.	06 COMPROMISOS VOLUNTARIOS Y PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS DE RSE/ SUSTENTABILIDAD Estos compromisos voluntarios son asumidos por la empresa con el objetivo de asegurar su participación en iniciativas de RSE / Sustentabilidad y con la intención de influenciar el proceso de perfeccionamiento de su conducta ética.	07 PARTICIPACION DE LOS PÚBLICOS DE INTERÉS Trata del proceso que comprende la identificación de las partes interesadas con el fin de establecer con ellas un diálogo que contribuya a facilitar su participación en el proceso de mejora de la conducta de la empresa.	08 RELACIONES CON INVERSORES Y BALANCES FINANCIEROS En la relación con los inversores debe estar presente la transparencia; y la precisión en los informes financieros.	09 REPORTE DE SUSTENTABILIDAD Y REPORTES INTEGRADOS La comunicación de información acerca del desempeño ambiental, social, económico y de gobierno de la empresa debe ser transparente y equilibrada, pues así se torna posible identificar el vínculo existente entre la empresa y los principios de RSE/sustentabilidad en lo que atañe a la generación de valor del negocio.	10 COMUNICACIÓN CON RESPONSABILIDAD SOCIAL La aplicación rigurosa de los principios de RSE/ sustentabilidad en lo que atañe a las acciones de comunicación de las empresas es vital, si ellas desean ejercer una influencia positiva sobre la sociedad.

TEMA	PRÁCTICAS DE OPERACIÓN Y GESTIÓN La sociedad civil acompaña cada vez más de cerca las prácticas relacionadas con la operación y la gestión de las empresas en sus ámbitos y áreas de influencia. Tal actitud por parte de la sociedad civil - constituida por organizaciones no gubernamentales, entidades e instituciones – expresa el sentimiento de corresponsabilidad de este segmento de la sociedad posee en relación a estos procesos.							
	COMPETENCIA LEAL La preocupación por la competencia siempre está presente en las organizaciones. Para contribuir al desarrollo del mercado la competencia debe cada vez más transformarse en una estrategia eficiente de relacionamiento entre las empresas de un mismo sector.		PRÁCTICAS ANTICORRUPCIÓN La corrupción consiste en abuso de poder. Se trata, por lo tanto, de una forma inadecuada del ejercicio del poder, que busca intereses ilegítimos. Uno de ellos es la obtención de ventajas personales, que van en contra del ejercicio legítimo del poder por parte de la organización. Ese tipo de procedimiento mina la eficacia y la reputación de la organización, ya que consiste en un ataque a su integridad y fortaleza. La corrupción puede configurar también una violación a los derechos humanos y la erosión y deterioro de los procesos políticos, despojándolos, así, de las condiciones necesarias para el cumplimiento de su función. La corrupción puede también causar daños irreversibles al medio ambiente. La violación a las normas vía la corrupción, va a contramano del comportamiento ético, principio fundamental cuya obediencia es imprescindible para sustentar relaciones legítimas y de una sana productividad por parte de las organizaciones.		PARTICIPACIÓN POLÍTICA RESPONSABLE Las empresas y el gobierno siempre han mantenido vínculo fuerte, que alimentó y continua alimentando su relacionamiento. En tanto, cada día que pasa, ocurren hechos, acontecimientos que despiertan en la sociedad la necesidad de conocer con claridad la trama que ese vínculo recíproco produce. La estrategia que la sociedad ha encontrado es analizar los componentes de esta relación – hilo por hilo, buscando la mayor transparencia, para que sea posible exponer la dinámica de los intereses que se ponen en juego.		SISTEMAS DE GESTIÓN Los sistemas de gestión apoyan a las empresas en lo que se refiere a la administración y al control de las actividades que realizan día a día.	
SUBTEMA					15 GESTIÓN PARTICIPATIVA Una gestión efectivamente participativa requiere que el conjunto de los empleados participe con la empresa en la búsqueda de soluciones para sus problemas como en la selección de las estrategias que favorecen el desarrollo personal y profesional del conjunto.	16 SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRADO La constitución de este sistema requiere la integración de los datos relacionados a la gestión de modo de conferir mayor eficacia a las acciones.	17 SISTEMA DE GESTIÓN DE PROVEEDORES El Sistema de Gestión de Proveedores, consiste en un conjunto de mecanismos establecidos por la empresa con vistas a asegurar el comportamiento de sus proveedores esté alineado a sus principios de RSE /Sustentabilidad.	
INDICADOR	11 COMPETENCIA LEAL Trata de la estrategia adoptada por la empresa en la búsqueda de una posición de liderazgo en su segmento de negocio. Esta es abordada y analizada de modo de que contribuya a la consolidación de elevados patrones de competencia tanto para el sector específico como para el mercado como un todo.	12 PRÁCTICAS ANTICORRUPCIÓN Trata de mecanismos y procesos que buscan identificar y evitar las prácticas de corrupción.		13 CONTRIBUCIONES PARA CAMPAÑAS POLÍTICAS Para convertir en transparentes los criterios que orientan y normatizan los procedimientos relacionados a donaciones a candidatos y/o partidos políticos, se hace necesaria la creación de espacios que favorezcan la reflexión sobre este tipo de participación política.	14 PARTICIPACIÓN EN POLÍTICAS PÚBLICAS Es fundamental que la empresa y la sociedad, participen en el proceso de elaboración e implementación de políticas públicas. En otras palabras, es imprescindible que estos dos relevantes actores sociales se vinculen con el desarrollo de estos importantes elementos de gestión que son las políticas públicas y que acompañen de cerca la conducción de esos procesos por parte del poder público.	18 MAPEO DE LOS IMPACTOS DE LA OPERACIÓN Y GESTIÓN DE RIESGOS Con vistas a la adopción de medidas preventivas, que mitiguen o reparen los impactos socioambientales causados, se hace necesaria la implementación de mecanismos que faciliten su conocimiento y ofrezcan un diagnóstico sobre el cual operar.		19 GESTIÓN DE LA RSE/ SUSTENTABILIDAD Integración de la RSE / Sustentabilidad en la forma en que la empresa conduce sus negocios.

Código de Conducta

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
<p>La empresa adopta y aplica patrones de conducta para orientar el comportamiento de sus empleados.</p>	<p>4.1.1 La empresa adopta y aplica patrones de conducta para orientar el comportamiento de sus empleados.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICA	si	no
<p>El código de conducta de la empresa está validado y aprobado por la Dirección o Consejo de Administración; abarca a todos los empleados de la empresa; incluye reglas de relacionamiento con agentes públicos; contempla prohibición de prácticas ilegales, inmorales y antiéticas. La empresa además, comunica sus patrones de comportamiento a las partes interesadas y posee prácticas de conducta y desarrollo de valores éticos.</p>	<p>4.2.1 El código de conducta de la empresa fue validado y aprobado por la Dirección u Órgano de Gobierno Superior</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.2.2 El código de conducta comprende a todos los empleados de la empresa.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.2.3 El código de conducta incluye reglas de relacionamiento con agentes públicos.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.2.4 El código de conducta incluye la prohibición de prácticas ilegales, inmorales y antiéticas.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.2.5 La empresa comunica sus patrones de comportamiento a las partes interesadas que influyen sus valores, cultura, integridad, estrategia y operación.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.2.6 La empresa posee prácticas de conducta y desarrollo de valores éticos.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
<p>La empresa posee un programa de capacitación; y participación en el proceso de elaboración y revisión de este documento; ha instituido un comité o consejo formal responsable por la discusión de las cuestiones éticas internas/externas. Promulga directrices para orientar la adopción de medidas cuando se violan los patrones de conducta establecidos; periódicamente verifica que esas directrices estén orientando el comportamiento de los empleados; cuenta con canales de denuncia de comportamientos fuera de código; adopta sanciones y penalidades formales cuando el código es violado por los empleados; implementa procedimientos de divulgación periódica de comportamientos ejemplares.</p>	<p>4.3.1 La empresa desarrolla un programa de capacitación de sus empleados propios o de terceros sobre el código de conducta.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.3.2 La empresa incluye a sus empleados en la elaboración y revisión de su código de conducta.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.3.3 La empresa posee un comité o consejo formal responsable por cuestiones éticas internas y/o externas.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.3.4 La empresa posee directrices para orientar medidas a ser tomadas en caso de incumplimiento de sus patrones de comportamiento.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.3.5 La empresa verifica periódicamente la adopción de los principios de conducta por parte de sus empleados.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.3.6 La empresa posee canales de denuncia de comportamientos que violen el código de conducta.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.3.7 La empresa adopta sanciones y penalidades formales en casos de violación del código de conducta por parte de sus empleados.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.3.8 La empresa posee un procedimiento de divulgación periódica de comportamientos ejemplares (buenos ejemplos).</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
<p>El código de conducta de la empresa es revisado y actualizado periódicamente y alcanza a la cadena de suministro de la empresa, y ese procedimiento es periódicamente verificado. En el caso de incumplimiento por parte de los proveedores, la empresa aplica sanciones o penalidades formales.</p>	<p>4.4.1 El código de conducta de la empresa se revisa y actualiza.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.4.2 La empresa extiende su código a la cadena de suministro.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.4.3 La empresa verifica y controla el cumplimiento del código de conducta en su cadena de suministro.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.4.4 La empresa adopta sanciones o penalidades formales en caso de violación del código de conducta por parte de sus proveedores.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
<p>Las revisiones y actualizaciones del código de conducta consideran los aportes recibidos de las partes interesadas/involucradas y cuentan con un mecanismo y área específica para verificar que esos procedimientos fijados se cumplan.</p>	<p>4.5.1 La actualización del código de conducta considera los aportes de las partes interesadas involucradas en la consulta.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>4.5.2 La empresa posee procedimientos y un área específica para verificar el cumplimiento del código de conducta por parte de los actores de la cadena de valor.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>La empresa tiene una práctica que no está contemplada en las cuestiones binarias que justifique la selección del estadio? En caso positivo, describir:</p>	<p><input type="radio"/> La empresa no se identifica en ningún estadio.</p>	<p><input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

Gobernabilidad Corporativa (empresas de capital cerrado)

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa actúa de acuerdo a la legislación y cuenta con una estructura de administración orientada a la toma de decisiones.	5.1.1 La empresa cumple requisitos legales en todas las operaciones, aún cuando esos requisitos no sean adecuadamente fiscalizados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.1.2 La empresa tiene procedimientos para que sus empleados conozcan la legislación por la cual se rigen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.1.3 La empresa posee una estructura de administración formalizada.		
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa realiza auditorías internas y externas que acompañan los resultados. Esos controles orientan el proceso de toma de decisión. La empresa también toma la iniciativa de dialogar e involucrar a las partes interesadas.	5.2.1 La empresa realiza periódicamente auditorías internas y externas de sus resultados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.2.2 La empresa establece los niveles de competencia de las personas que toman decisiones en nombre de la organización.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.2.3 La empresa orienta su toma de decisiones en base a los controles internos y externos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.2.4 La empresa cuenta con iniciativas de diálogo y participación de las partes interesadas (como público interno, gobierno, accionistas, ONGs, instituciones financieras, entre otros).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa rinde cuentas formal y públicamente y sus documentos expresan principios y valores que son difundidos tanto en el público interno como el externo. Presenta evidencias de que sus impactos sociales y ambientales son validados por un proceso de toma de decisiones que proviene de una estructura de gobierno corporativo que contempla la existencia de un consejo cuyas normativas garantizan el tratamiento justo y equitativo de los socios y mecanismos de resolución de conflictos societarios.	5.3.1 La empresa cuenta con procedimientos formales de rendición de cuentas financieras de forma pública.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.3.2 Los documentos que expresan principios y valores se comunican formalmente para el público interno y externo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.3.3 La empresa cuenta con evidencias que avalan los impactos sociales y ambientales en el proceso de toma de decisión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.3.4 La empresa cuenta con una estructura de gobierno que contempla la existencia de un Consejo (Consejo de Administración o Consejo Consultivo).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.3.5 Existen dispositivos que garantizan el tratamiento justo y equitativo de los socios y mecanismos de resolución de conflictos societarios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa rinde cuentas públicamente de los resultados económicos, sociales y ambientales; evalúa periódicamente su proceso de gobierno y gestiona canales formales de vinculación entre las partes interesadas. Adopta prácticas formales de relacionamiento con asociados e intenta influenciarlos con su perspectiva de sustentabilidad. Al nombrar a los miembros de su consejo o seleccionar a sus socios, se orienta por criterios objetivos y dispone de procedimientos formales para evaluación de impactos sociales y ambientales en el proceso de toma de decisión.	5.4.1 La empresa cuenta con procedimientos formales de rendición de cuentas de los resultados económicos, sociales y ambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.4.2 La empresa evalúa periódicamente sus procesos de gobierno, ajustándolos de acuerdo a los resultados y comunicando los cambios a toda la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.4.3 La empresa cuenta con canales formales de relacionamiento con partes interesadas, los que acompaña también con los canales tradicionales de vía única (SAC, defensoría y dirección de contacto tipo "hable con nosotros").	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.4.4 La empresa cuenta con prácticas formales de relacionamiento con asociados y los influencia en su gestión para alinearlos al desarrollo sustentable.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.4.5 Al nombrar a los miembros del consejo, los socios tienen en cuenta: habilidades, conocimientos, especialización e independencia para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, así como la capacidad de lidiar con cuestiones relativas a oportunidades y riesgos socioambientales y de monitorear la actuación de quienes gestionan (directoría ejecutiva).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa promueve la oportunidad para que representantes de segmentos en desventaja, desde un punto de vista económico y social, ocupen cargos de jefatura en la organización. Se asegura también que los aspectos sociales y ambientales se incorporen en la definición de los negocios y las operaciones.	5.5.1 La empresa promueve oportunidades para que grupos provenientes de segmentos en desventaja en la sociedad ocupen cargos de jefatura en la organización.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.5.2 Por su actuación, la empresa ejerce su influencia para que se den avances en el gobierno corporativo de otras empresas, del sector o de asociados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.5.3 El consejo incorpora y asegura que la dirección ejecutiva también adopta consideraciones de orden social y ambiental en la definición de negocios y de las operaciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.5.4 La administración de la empresa cuenta con un proceso formal de autoevaluación que incluye criterios socioambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en las cuestiones binarias que justifique la selección del estadio? En caso positivo, describir:	<input type="radio"/> La empresa no se identifica en ningún estadio.	<input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

Gobernabilidad Corporativa (empresas de capital abierto)

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa actúa de acuerdo con la legislación, adopta procedimientos para difundirla entre sus empleados y posee una estructura de gobierno formalizada.	5.1.1 La empresa cumple requisitos legales en todas las operaciones, aunque las leyes no sean adecuadamente fiscalizadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.1.2 La empresa tiene procedimientos para que sus empleados conozcan la legislación que los regula.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.1.3 La empresa posee estructura de gobierno formalizada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa posee niveles de competencia internos para la toma de decisiones y adopta iniciativas de relacionamiento con partes interesadas.	5.2.1 La empresa cuenta con controles internos y presenta periódicamente sus resultados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.2.2 La empresa cuenta con estructura de gobierno que contempla un consejo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.2.3 La empresa orienta su toma de decisiones en base a los controles internos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.2.4 La empresa tiene iniciativas de diálogo y participación de partes interesadas(Ej.: público interno, gobierno, accionistas, ONGs, instituciones financieras y otros).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa adopta procedimientos formales de rendición de cuentas de sus resultados y sus documentos que expresan principios y valores que son difundidos entre el público interno e externo. Reconoce que el proceso de toma de decisiones que implementa toma en cuenta los impactos sociales y ambientales.	5.3.1 La empresa cuenta con procedimientos formales de rendición de cuentas de los resultados económicos, sociales y ambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.3.2 Los documentos formales que expresan principios y valores se comunican efectivamente al público interno y externo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.3.3 La empresa cuenta con evidencias de que evalúa impactos sociales y ambientales en el proceso de toma de decisiones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.3.4 Al nombrar a los miembros del consejo, los socios toman en consideración habilidades, conocimientos, especialización e independencia para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, así como con capacidad para lidiar con cuestiones relativas a oportunidades y riesgos socioambientales y monitorear la actuación de quienes tienen responsabilidad por la gestión (dirección ejecutiva).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa publica reportes financieros auditados, inclusive con demostración de flujo de caja. Garantiza en un 100% el derecho de tag along (igualdad de trato) de los accionistas y la presencia, en la composición en el Consejo de Administración de miembros independientes corresponde a lo estipulado por reglamentación. Evalúa periódicamente sus procesos de gobierno y adopta prácticas formales de relacionamiento con asociados, intentando influenciarlos en el sentido de que su gestión se encamine en la perspectiva del desarrollo sustentable.	5.4.1 La empresa publica reportes financieros siguiendo pautas internacionalmente reconocidas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.4.2 La empresa divulga reportes trimestrales con demostración del flujo de caja auditada por empresa independiente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.4.3 La empresa garantiza a sus accionistas el 100% del derecho de "tag along".	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.4.4 La empresa garantiza la participación del mínimo requerido por reglamentación de consejeros independientes en el consejo de administración.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.4.5 La empresa evalúa periódicamente sus procesos de gobierno, ajustándolos, de acuerdo con el análisis y comunicando los cambios a toda la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.4.6 La empresa cuenta con prácticas formales de relacionamiento con asociados y los influencia en su gestión para un alineamiento con el desarrollo sustentable.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa cuenta con proceso formal de evaluación de ejecutivos que incluye criterios socioambientales; promueve la oportunidad para que representantes de segmentos sociales en desventaja ocupen cargos de jefatura en la organización y ejerce influencia para el avance del buen gobierno corporativo en otras empresas. También asegura que los aspectos sociales y ambientales se incorporen en la definición de los negocios y de las operaciones.	5.5.1 La empresa promueve oportunidad para que grupos procedentes de segmentos en desventaja en la sociedad ocupen cargos de jefatura en la organización.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.5.2 Por su actuación, la empresa tiene influencia en el avance del buen gobierno corporativo en otras empresas, en el sector o en sus asociados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.5.3 El Consejo incorpora y asegura de que la dirección ejecutiva también adopta consideraciones de orden social y ambiental en la definición de los negocios y de las operaciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.5.4 La administración de la empresa cuenta con un proceso formal de autoevaluación que incluye criterios socioambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección del estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa: Justificar:

Compromisos Voluntarios y Participación en Iniciativas de RSE/ Sustentabilidad

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa participa de seminarios y discusiones sobre compromisos voluntarios e iniciativas en RSE/ sustentabilidad y su gestión se inspira en alguno de ellos.	6.1.1 La empresa participa de seminarios y discusiones sobre compromisos voluntarios e iniciativas de RSE/sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.1.2 La administración de la empresa inspira su gestión en algún compromiso o iniciativa voluntaria (Ej.: Pacto Global, Carta de la Tierra, entre otros).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa adhiere a compromisos voluntarios y realiza seminarios y debates de los firmantes de dicho compromiso.	6.2.1 La empresa ha adherido a algún compromiso voluntario en materia ética, social y/o ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.2.2 La empresa participa activamente de los debates y las iniciativas de compromisos voluntarios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa implementa políticas alineadas a esos compromisos, además de realizar un acompañamiento formal de las iniciativas voluntarias de las que participa.	6.3.1 La empresa posee políticas relacionadas a los compromisos voluntarios asumidos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.3.2 La empresa acompaña los resultados de las iniciativas voluntarias de las que participa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa realiza acompañamiento periódico de los avances resultantes de los compromisos voluntarios que apoya; selecciona en forma estratégica las iniciativas de las que participa y procura formalmente ejercer influencia, en el ámbito de estas iniciativas, sobre la cadena de aprovisionamiento, para que ésta adopte una orientación estratégica.	6.4.1 La empresa define estratégicamente de cuales iniciativas o compromisos voluntarios participa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.4.2 La gestión de la empresa está influenciada por los compromisos voluntarios de los cuales es signataria.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.4.3 La empresa realiza evaluaciones periódicas de los resultados y los avances de los compromisos voluntarios que apoya.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.4.4 La empresa ejerce formalmente influencia en su cadena de suministro para que otras empresas adopten compromisos voluntarios en su estrategia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa participa efectivamente de las políticas públicas relacionadas a los compromisos voluntarios de los cuales es signataria, y, con base en ellas, define estrategias. Además de eso, difunde e incentiva la adopción de esas prácticas en su cadena de valor.	6.5.1 La empresa se involucra en el desarrollo de políticas públicas relacionadas con los compromisos voluntarios de los que es signataria.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.5.2 La empresa se encuentra influenciada en sus estrategias por los compromisos voluntarios de los cuales es signataria.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.5.3 La empresa incentiva a su cadena de valor a adoptar compromisos voluntarios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección del estadio? En caso positivo describir:</p>	<p><input type="radio"/> La empresa no se identifica en ningún estadio.</p>	<p><input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

Participación de las Partes Interesadas

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa mantiene canales de comunicación formales con al menos una parte interesada; identifica las principales con las cuales puede plantear su estrategia de comunicación o participación, recibe y registra informaciones y ofrece, informalmente, respuestas a sus demandas.	7.1.1 La empresa mantiene canales de comunicación formales vinculados a la legislación o regulaciones como el SAC u otro canal, por lo menos con una parte interesada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.1.2 La empresa identifica sus principales partes interesadas para planear mejor su comunicación o iniciar una forma de participación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.1.3 La empresa escucha a las partes interesadas, mantiene registros y está respondiendo informalmente a sus demandas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa confiere prioridad a las principales partes interesadas, relacionándose con ellas por medio de canales que favorecen a la recepción de opiniones, generando reportes gerenciales y planes de participación.	7.2.1 La empresa realizó una priorización de las principales partes interesadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.2.2 La empresa abrió uno o más canales de comunicación para relacionarse con sus partes interesadas prioritarias, además de los canales exigidos por la legislación o regulaciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.2.3 La empresa mantiene un sistema de registros de demandas y quejas (Ej. Defensorías) y un control sobre el tratamiento de cada asunto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.2.4 La empresa tiene iniciativas de participación de partes interesadas en algunas áreas o unidades operacionales, aunque sin que constituya un práctica corporativa corriente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
Los canales formales de relacionamiento con partes interesadas son gerenciados y monitoreados por indicadores clave de desempeño (KPIs). Los resultados de las consultas son analizados sistemáticamente, interpretados y presentados a la alta dirección.	7.3.1 La empresa cuenta con un proceso de diálogo y compromiso con partes interesadas que comprende uno o varios públicos de interés, el cual es monitoreado por indicadores clave de desempeño. (KPIs).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.3.2 La empresa desarrolla y planifica el diálogo y participación con una o más partes interesadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.3.3 Los resultados del diálogo y participación con uno o más públicos de interés son analizados en forma sistemática, interpretados y comunicados a la alta administración.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa, en el proceso de toma de decisión se orienta por los resultados del diálogo y la participación que ella misma incentivó a lo largo de la cadena de valor y procura disminuir riesgos e identificar oportunidades de innovación y desarrollo.	7.4.1 Los resultados del diálogo y compromiso son analizados y reportados a la alta administración e influyen la toma de decisión de la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.4.2 La empresa usa el método de diálogo y participación en forma estratégica para disminuir riesgos e identificar oportunidades de innovación y desarrollo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.4.3 Se incentiva a la cadena de valor a que dialogue y se comprometa con sus propias partes interesadas, mediante capacitación y apoyo a asociados y proveedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
Siendo reconocida como líder en prácticas de diálogo y participación, la empresa consulta especialmente a las partes interesadas externas en el caso de decisiones estratégicas, procurando que se comprometan con ese proceso más allá de los límites del negocio. Actuando con voz activa, procura con ahínco comprometer a la sociedad en general y a los gobiernos locales y/o nacionales.	7.5.1 Dentro del sector o en su área de actuación, la empresa es reconocida por sus prácticas de diálogo y compromiso con partes interesadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.5.2 Las partes interesadas internas son consultadas en caso de decisiones estratégicas o forman parte de consejos consultivos o administrativos de la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.5.3 La empresa incluye la consulta a partes interesadas en cada proceso de desarrollo de nuevos productos o servicios, tomando en cuenta la opinión de las partes interesadas con peso significativo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.5.4 La empresa practica el diálogo y participación más allá de los límites del negocio y actúa con voz activa en la transformación, procurando comprometer a la sociedad en general o a gobiernos locales o nacionales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección del estadio? En caso positivo, describir:	<input type="radio"/> La empresa no se identifica en ningún estadio.	<input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

Relaciones con Inversores y Reportes Financieros

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa cumple la legislación societaria concerniente a su naturaleza jurídica, presentando al cierre del ejercicio los resultados contables de manera que los reportes financieros estén disponibles para los principales tenedores de capital accionario.	8.1.1 La empresa cumple la legislación societaria en la cual se encuentra encuadrada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.1.2 La empresa cuenta con un balance contable al cierre de sus resultados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.1.3 La empresa pone a disposición los documentos de resultados del ejercicio contable a los principales tenedores del capital social.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
Además del cierre anual contable, la empresa utiliza los datos para la elaboración del planeamiento del año siguiente. Después de ser aprobados y auditados, la empresa les confiere carácter de documento público y los divulga, manteniendo un canal de comunicación abierto con las partes interesadas para responder a sus preguntas.	8.2.1 La empresa utilizó los datos del cierre del ejercicio contable para elaborar su último planeamiento estratégico.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.2.2 En el último año fiscal la empresa promovió una reunión para la presentación y aprobación de su rendición de cuentas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa posee una política y un estatuto que define plazos y prácticas para la rendición de cuentas contables, que luego de auditadas, se convierten en documentos públicos. Además de eso, la empresa convoca a todos los inversores de la compañía a una asamblea general de presentación y aprobación de los reportes financieros, y mantiene un canal de comunicación abierto.	8.3.1 La empresa posee política de rendición de cuentas contables.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.3.2 La empresa realiza auditoria por tercera parte de los Informes Financieros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.3.3 La empresa convierte ese documento en documento público, además de convocar a las partes interesadas a la presentación y aprobación del documento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.3.4 La empresa divulga los datos financieros más completos, incluyendo reportes trimestrales con demostración del flujo de caja y de los informes económicos financieros consolidados y revisados por auditor independiente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.3.5 La empresa mantiene un canal de relacionamiento abierto con las partes interesadas para dar información y resolver consultas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa posee una o más áreas responsables por el análisis de los resultados financieros que divulga y utiliza otras métricas de resultados (lucro económico) para orientar la toma de decisiones.	8.4.1 La empresa posee un área responsable por el análisis y prestación de cuentas y divulgación de los resultados contables.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.4.2 La empresa divulga reportes con su desempeño ambiental, social y gobernanza(ESG).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.4.3 La empresa utiliza otras métricas de medición de resultados, por ejemplo el resultado económico, para la toma de decisiones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.4.4 La empresa procura promover la salud financiera de las empresas de su cadena de suministro.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa es ejemplo, en lo atinente a la rendición de cuentas y en su relacionamiento con inversores, habiendo sido reconocida y premiada por organizaciones de excelencia.	8.5.1 La empresa es reconocida por el mercado por sus buenas prácticas de prestación de cuentas y transparencia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.5.2 La empresa es reconocida como referente en el relacionamiento con inversores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.5.3 La empresa influencia al mercado y a su cadena de proveedores a cumplir altos niveles de rendición de cuentas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección del estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Reportes de Sustentabilidad y Reportes Integrados

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa elabora esporádicamente un informe sobre sustentabilidad y en base a sus datos presenta periódicamente un reporte con informaciones económicas, sociales y ambientales.	9.1.1 La empresa elabora informe de sustentabilidad, aunque sin periodicidad definida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.1.2 La empresa presenta los informes de sustentabilidad para su público interno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa publica periódicamente un reporte de sustentabilidad, que describe las acciones sociales y ambientales que adoptó e incorpora indicadores cuantitativos.	9.2.1 La empresa publica su reporte de sustentabilidad con periodicidad definida (ej. anual, bianual etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.2.2 La empresa presenta datos cuantitativos en el reporte de sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTION	si	no
La empresa cuenta con un procedimiento interno definido para a elaboración de un reporte de sustentabilidad, además involucra a los públicos interno y externo en ese proceso. Los datos del reporte, son analizados por la alta administración de la empresa y abordan aspectos económicos, sociales y ambientales.	9.3.1 La empresa cuenta con un proceso de diálogo y participación del público interno y externo en la definición de los temas que deben ser abordados en su relato de sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.3.2 La empresa posee un proceso formal de recolección de datos que es alimentado por las diversas áreas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.3.3 Los datos recabados y utilizados para el reporte de sustentabilidad son analizados por la alta administración de la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.3.4 La empresa realiza la lectura crítica del reporte de sustentabilidad buscando oportunidades de mejora para el próximo ciclo de reporte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa presenta un reporte que analiza detalladamente sus formas de gestión, incluyendo resultados desfavorables, desafíos y metas para el próximo periodo, además de incentivar a sus proveedores a publicar reportes de sustentabilidad. Ha iniciado un proceso de estructuración interna para integrar el reporte de sustentabilidad con el financiero.	9.4.1 El reporte de sustentabilidad presenta informaciones favorables y desfavorables, metas y desafíos para el próximo periodo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.4.2 La empresa somete su reporte a verificación externa (auditorias por tercera parte).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.4.3 La empresa incentiva a su cadena de valor para que los proveedores elaboren reportes de sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.4.4 La empresa participa de foros de discusión sobre reportes integrados e inició un proceso de estructuración interna para que su reporte de sustentabilidad se integre al reporte financiero.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa presenta información completa e integrada, rindiendo cuentas en periodos menores al año financiero y siguiendo las reglas del mercado. Además de eso, involucra a sus partes interesadas en la evaluación de su desempeño en RSE/Sustentabilidad.	9.5.1 La empresa publica su reporte de sustentabilidad integrado, demostrando el vínculo entre RSE/Sustentabilidad en la generación de valor económico del negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.5.2 La empresa expone en su sitio de internet datos sobre aspectos económicos-financieros, sociales y ambientales de sus actividades con actualizaciones por periodos menores a un año (Ej.: cada trimestre).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.5.3 La empresa solicita y evalúa el desempeño en sustentabilidad de sus proveedores críticos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.5.4 La empresa involucra a partes interesadas en la evaluación de su desempeño en sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección del estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Comunicación con Responsabilidad Social

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa cumple la legislación y los códigos pertinentes al sector, producto o servicio, al hacer sus comunicaciones siempre claras y transparentes.	10.1.1 La empresa cumple la legislación y los códigos pertinentes al sector, producto o servicio al hacer sus comunicaciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	10.1.2 En los últimos cinco años ninguna pieza de comunicación tuvo que ser retirada de circulación por contenido inapropiado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	10.1.3 Las comunicaciones de la empresa son claras y transparentes, no habiendo ocurrencia de malos entendidos por las partes interesadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
Las comunicaciones de la empresa siempre están alineadas a los principios de RSE/sustentabilidad, minimizando los impactos ambientales negativos inherentes a los formatos o a los materiales utilizados.	10.2.1 La empresa integra los principios de RSE/sustentabilidad en sus comunicaciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	10.2.2 La empresa minimiza impactos ambientales negativos de los materiales usados en sus piezas de comunicación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTION	si	no
La política de comunicación sigue las directrices de RSE adoptadas por la empresa y orienta la elaboración - por el área responsable - de piezas de comunicación verificando su alineamiento con aquellas directrices.	10.3.1 La política de comunicación de la empresa sigue las directrices de RSE/ sustentabilidad establecidas por la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	10.3.2 La empresa posee un área responsable de las aprobaciones de las comunicaciones realizadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	10.3.3 El área responsable por las comunicaciones de la empresa verifica que las piezas de comunicación respeten los criterios y directrices.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	10.3.4 La empresa demuestra, por medio de su comunicación, como está cumpliendo sus compromisos de RSE, respondiendo a las expectativas de las partes interesadas y de la sociedad como un todo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa utiliza sus comunicaciones para promover cambios de comportamiento. Además de eso, influencia a su cadena de valor sobre la importancia de la comunicación responsable.	10.4.1 La empresa usa su comunicación con responsabilidad social para estimular cambios de comportamiento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	10.4.2 La empresa utiliza a su comunicación para capacitar a sus partes interesadas en temas de RSE que están relacionados a su gestión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	10.4.3 La empresa direcciona e incentiva a su cadena de valor a realizar comunicaciones transparentes y responsables.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
En todas las prácticas de comunicación de la empresa, la RSE/Sustentabilidad es tratada de forma transversal, pues es utilizada con el propósito de promover el diálogo y la participación de las partes interesadas.	10.5.1 La empresa incluye profesionales de las áreas referentes a la comunicación organizacional en los procesos de toma de decisión sobre las estrategias de RSE/ Sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	10.5.2 Usa su comunicación para diálogo y participación de las partes interesadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección del estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Competencia Leal

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no	
La empresa solo realiza operaciones que estén de acuerdo a las leyes y regulaciones vigentes y concientiza a sus empleados para que actúen conforme a los requisitos legales relativos a la competencia. Cooperar con las autoridades en la defensa de la competencia, cuando se lo solicitan.	11.1.1	La empresa solamente realiza operaciones que estén de acuerdo con los requisitos legales locales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.1.2	La empresa concientiza a sus empleados sobre la importancia de que actúen de acuerdo con los requisitos legales relativos a la competencia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.1.3	La empresa coopera con las autoridades de defensa de la competencia cuando se lo solicitan.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.1.4	La empresa fue, en los últimos tres años, condenada por prácticas de competencia desleal por la autoridad de control.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no	
La empresa posee reglas explícitas sobre las relaciones con la competencia y realiza entrenamiento con la alta gestión para que se familiarice con esas cuestiones. También hace evaluaciones periódicas sobre sus operaciones de compra y venta.	11.2.1	La empresa posee reglas explícitas sobre las relaciones con la competencia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.2.2	Las reglas de competencia prohíben el uso o demostración de defectos de los productos o servicios de la competencia para promover sus propios productos o servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.2.3	La empresa entrena a la alta gestión en relación a cuestiones relacionadas con la competencia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.2.4	La empresa realiza evaluaciones periódicas sobre sus operaciones de compra y venta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no	
La empresa posee política de competencia, difundida internamente y evaluada periódicamente. Esa política comprende, además de los derechos de propiedad intelectual y la licencia sobre productos, la prohibición de algunas prácticas, entre las cuales, se cuenta la participación en acuerdos anti-competencia, licitaciones fraudulentas, división de mercado por asignación de clientes, establecimiento de restricciones o cuotas de producción.	11.3.1	La empresa posee política de competencia establecida y difundida internamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.3.2	La política de competencia comprende el derecho a la propiedad intelectual y de las licencias de productos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.3.3	La política de competencia prohíbe la participación en acuerdos anti-competencia, como acuerdos de fijación de precios, dumping, licitaciones fraudulentas (propuestas en connivencia), establecimiento de restricciones o cuotas de producción, división del mercado por asignación de clientes, proveedores, territorios, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.3.4	La política de competencia es evaluada periódicamente y revisada, si es necesario.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.3.5	La empresa mantiene un mismo patrón de operación en cualquier local en que esté, como medio de evitar la obtención de ventajas competitivas injustas, así como sobre las condiciones sociales locales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no	
La empresa extiende su política y prácticas de competencia a su cadena de suministro, evaluando la adhesión de sus proveedores a las prácticas de competencia leal, a fin de evitar involucrarse en procesos de competencia desleal. Además de eso, adopta procedimientos formales para tratar situaciones de incumplimiento de su política.	11.4.1	La empresa extiende su política de competencia leal a sus proveedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.4.2	La empresa evalúa la adhesión de sus proveedores a la política de competencia leal a fin de evitar involucrarse en procesos de competencia desleal.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.4.3	La empresa posee un proceso formal y estructurado para tratar situaciones de incumplimiento de su política sobre la competencia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no	
La empresa apoya y/o ejerce influencia en la implementación de políticas públicas dirigidas a su estrategia de evitar la competencia desleal.	11.5.1	La empresa ejerce posición de liderazgo en su segmento y en las discusiones relacionadas a la búsqueda de patrones de competencia cada vez más elevados (combate la formación de trust, cárteles, prácticas antidumping u otras prácticas desleales de comercio, fraude en licitaciones y espionaje empresarial).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.5.2	La empresa apoya la creación de políticas públicas alineadas a su estrategia de prohibir la competencia desleal.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias, que justifica la selección de un estadio?. En caso positivo describir:</p>	<p><input type="radio"/> La empresa no se identifica con ningún estadio.</p>	<p><input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

Prácticas Anticorrupción

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa orienta a sus empleados a que cumplan con la legislación sobre comportamiento ético y acompaña con mayor proximidad situaciones que juzga de mayor riesgo para la ocurrencia de prácticas inadecuadas.	12.1.1 La empresa orienta a sus empleados en el cumplimiento de la legislación local y en el comportamiento ético.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	12.1.2 La empresa posee conocimiento de cuáles son las situaciones de mayor riesgo de ocurrencia de prácticas inadecuadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa establece procedimientos internos que son comunicados a los empleados e implanta controles que buscan evitar la ocurrencia de corrupción.	12.2.1 La empresa posee prácticas de alertas para los empleados sobre ocurrencias de corrupción.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	12.2.2 La empresa realiza controles para evitar la ocurrencia de corrupción.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa posee políticas que expresan claramente su posicionamiento acerca de las prácticas anticorrupción y capacita a sus empleados en integridad y combate a la corrupción. Además de eso, realiza acompañamiento periódico de las áreas a donde juzga puede existir mayor riesgo para la incidencia de este tipo de práctica.	12.3.1 La empresa posee política establecida sobre prácticas anticorrupción.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	12.3.2 La empresa capacita a sus empleados sobre los temas de integridad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	12.3.3 La empresa difunde la política a sus empleados, y ofrece un mecanismo de denuncias, que garantiza el anonimato del denunciante.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	12.3.4 La empresa evalúa periódicamente las unidades de negocio/áreas en que juzga existe mayor riesgo de ocurrencia de prácticas de corrupción y soborno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	12.3.5 La empresa posee procedimientos de consulta regular sobre chequeo de antecedentes legales sobre actos de corrupción antes de contratar a un proveedor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa conoce las áreas internas más susceptibles de prácticas de corrupción y soborno y capacita regularmente a sus empleados sobre posibles dilemas éticos. Además de eso, realiza auditorías periódicas en áreas críticas y posee canales de denuncia anónimos y procedimientos formales para investigar su procedencia y orientar ante su ocurrencia.	12.4.1 La empresa conoce las áreas internas que están más expuestas a las prácticas de corrupción y soborno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	12.4.2 La empresa capacita regularmente a sus empleados en relación al tema y sobre posibles dilemas éticos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	12.4.3 La empresa opera canales de denuncia que son eficientes a la hora de resolver hechos ocurridos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	12.4.4 La empresa posee un procedimiento de verificación de denuncias y de sanciones en el caso de hechos comprobados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	12.4.5 La empresa posee un área específica para el tratamiento de cuestiones éticas y de corrupción.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa es referente en el tema, y ejerce un papel activo, al influenciar a la cadena de proveedores con respecto al combate a la corrupción.	12.5.1 La empresa integra asociaciones de carácter privado o público que promueven la ética empresarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	12.5.2 La empresa ejerce influencia en su cadena de proveedores, desarrollando prácticas de combate a la corrupción.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias, que justifica la selección de un estadio?. En caso positivo describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Contribuciones para Campañas Políticas

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
Al financiar campañas políticas, además de observar la legislación, la empresa define, al nivel de la alta administración, los montos a ser destinados para esa finalidad.	13.1.1 La empresa cumple los requisitos legales en relación a las contribuciones para campañas políticas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	13.1.2 En los últimos cinco años, la empresa fue mencionada negativamente en la prensa por contribuir financieramente con campañas políticas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	13.1.3 La alta administración de la empresa define los montos a ser destinados a campañas políticas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
Al hacer contribuciones para campañas políticas la administración informa y orienta a las filiales (en el caso que existan) y controla los montos que serán destinados a este objeto.	13.2.1 La empresa conoce el destino y el monto de la contribución ofrecida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	13.2.2 La empresa ofrece apoyo a sus filiales; y cuando es pertinente brinda una orientación para lo que son contribuciones monetarias para el proceso electoral.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	13.2.3 La empresa posee el control central de los montos destinados a las campañas políticas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
Al hacer contribuciones para campañas políticas la administración informa y orienta a las filiales (en el caso que existan) y controla los montos que serán destinados a este objeto.	13.3.1 La empresa posee políticas establecidas que definen las contribuciones para procesos políticos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	13.3.2 La empresa tiene norma explícita de no utilización del poder económico para influenciar contribuciones de otras empresas, proveedores, distribuidores y otros asociados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	13.3.3 La empresa es transparente respecto a sus criterios de destino y contribuciones para campañas políticas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	13.3.4 La empresa requiere al beneficiario la respectiva comprobación y el registro de donación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa promueve campañas internas de concientización sobre la seriedad y la importancia del voto consciente.	13.4.1 La empresa promueve campañas internas de concientización acerca de la seriedad e importancia del voto consciente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	13.4.2 Promueve o apoya, en articulación con organizaciones que trabajan el tema, debates y foros de discusión con candidatos a cargos electivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa acompaña el desarrollo de proyectos presentados por los candidatos y partidos que apoya, divulgándolo por medio de publicaciones internas y externas, además de promover a concientización de su cadena de valor sobre la importancia de la conciencia política.	13.5.1 La empresa acompaña el desarrollo proyectos presentados por los candidatos y partidos que apoya.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	13.5.2 Auxilia en la educación para el pleno ejercicio de la ciudadanía, desarrollando programas informativos y de concientización.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	13.5.3 Ejerce liderazgo en la discusión de temas como participación popular y combate a la corrupción en el municipio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias, que justifica la selección de un estadio?. En caso positivo describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

14

Participación en el Desarrollo de Políticas Públicas

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa cumple sus obligaciones legales (pago de impuestos) y participa, cuando se lo solicitan, de iniciativas del poder público, con el cual mantiene relaciones transparentes.	14.1.1 La empresa mantiene relaciones transparentes con el poder público.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	14.1.2 La empresa ya ha participado de iniciativas junto con el poder público.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa contribuye regularmente con recursos humanos, técnicos o financieros para la realización de iniciativas específicas lideradas por entidades gubernamentales.	14.2.1 La empresa participa regularmente de iniciativas del poder público, sea en la esfera nacional, provincial o nacional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	14.2.2 La empresa contribuye regularmente con recursos humanos y/o financieros para la realización de proyectos públicos específicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa posee estructura interna definida sobre su relacionamiento y actuación en el desarrollo e implementación de políticas públicas y confiere transparencia a esa actuación. Participa de evaluaciones y controles de políticas públicas que buscan el interés de la sociedad.	14.3.1 La empresa posee un responsable por la participación con el poder público y mantiene control (registros) de sus participaciones en el desarrollo de políticas públicas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	14.3.2 Busca participar de forma sistemática en las iniciativas del poder público (nacional, provincial o municipal) buscando el interés de la sociedad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	14.3.3 La empresa da transparencia a su actuación junto al poder público.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa participa activamente del desarrollo de políticas públicas que buscan equilibrar los temas críticos de su sector de actuación, llevando en consideración el interés de la sociedad y de los beneficios que usufructuará.	14.4.1 La empresa defiende el interés de la sociedad a participar del desarrollo de políticas públicas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	14.4.2 La empresa focaliza su participación en políticas públicas relacionadas con los temas críticos de sus operaciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	14.4.3 La empresa participa activamente de foros multistakeholders para ejercer influencia en políticas públicas que benefician a la sociedad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa ejerce influencia positiva en el proceso de implementación de políticas públicas, que procuran beneficios para la sociedad. Ella es referente en su cadena de valor, incentivando a la participación a las demás. También, lleva en consideración el posicionamiento de las partes interesadas, con las cuales se involucra con el propósito de orientar su compromiso en el desarrollo e implantación de esas políticas.	14.5.1 La empresa tiene influencia positiva en políticas públicas, en lo que hace al beneficio que generan en la sociedad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	14.5.2 Partes interesadas externas son invitadas a participar junto con la empresa, para apoyar y direccionar el desarrollo de las políticas públicas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	14.5.3 La empresa busca incentivar a su cadena de valor para que participe en el desarrollo de políticas públicas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias, que justifica la selección de un estadio?. En caso positivo describir:

<input type="radio"/> La empresa no se identifica con ningún estadio.	<input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:	
-----------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	--

Gestión Participativa

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
<p>La empresa posee comisiones internas que de acuerdo con la legislación vigente, cuentan con la participación de los empleados, cuyo número es proporcional al tamaño de la empresa y conforme a su ramo de actividad.</p>	<p>15.1.1 La empresa posee comisiones internas con participación de empleados, de acuerdo con la legislación vigente para el tamaño de empresa y ramo de actividad.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
<p>La empresa pone a disposición información relevante sobre su gestión y de los resultados obtenidos para todos sus empleados.</p>	<p>15.2.1 La empresa posee iniciativas de relacionamiento con sus empleados que posibilitan que los mismos sean escuchados.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>15.2.2 La empresa publica regularmente informaciones relevantes sobre su gestión para todos los empleados.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>15.2.3 La empresa publica regularmente sus resultados financieros para todos sus empleados.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
<p>La empresa posee política o comité de gestión, para promover la participación de sus empleados en el proceso de toma de decisión.</p>	<p>15.3.1 La empresa posee prácticas formales de relacionamiento con sus empleados, para escuchar, evaluar, y acompañar a fin de incorporar nuevos aprendizajes y conocimientos.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>15.3.2 La empresa posee una política o comité de gestión responsable para relacionarse con los empleados.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>15.3.3 La empresa incluye las contribuciones (inputs) de los empleados en la toma de decisiones.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
<p>Los empleados de la empresa cuentan con representantes activos en los comités de gestión, los cuales establecen una comunicación regular con la alta administración de la organización.</p>	<p>15.4.1 El comité de gestión de la empresa cuenta con la participación activa de representantes de los empleados.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>15.4.2 Los representantes de los empleados, cuentan con una comunicación regular con la alta administración de la empresa.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>15.4.3 La empresa cuenta con un programa de incentivos y reconocimiento de las sugerencias realizadas por los empleados para la mejora de los procesos internos.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
<p>La empresa pone a disposición para la comunidad externa datos sociales, económicos y ambientales que son relevantes. Además de eso, ejerce influencia en su cadena de valor para el desarrollo de una gestión participativa.</p>	<p>15.5.1 La empresa es reconocida en el mercado por sus buenas prácticas de gestión participativa.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>15.5.2 La empresa pone a disposición para la comunidad externa datos relevantes sobre sus impactos y resultados.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<p>15.5.3 La empresa ejerce influencia sobre su cadena de valor para realizar prácticas, igual que iniciativas de gestión participativa.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias, que justifica la selección de un estadio?. En caso positivo describir:</p>	<p><input type="radio"/> La empresa no se identifica con ningún estadio.</p>	<p><input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

Sistema de Gestión Integrado

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa basa su gestión en indicadores que son utilizados para evaluación de su desempeño y toma de decisión.	16.1.1 La empresa realiza seguimiento de su gestión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	16.1.2 La empresa utiliza indicadores para evaluar su desempeño.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa realiza seguimiento de su gestión, con la utilización de indicadores ya consolidados para cada área y que se presentan en forma regular a la alta administración en reuniones periódicas de análisis y crítica.	16.2.1 La empresa identifica cómo los principios de la RSE/ sustentabilidad se aplican a las diferentes áreas de la organización.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	16.2.2 La empresa acompaña su gestión por medio de indicadores consolidados para cada área.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	16.2.3 La alta administración de la empresa evalúa periódicamente los resultados en presentaciones de diversas áreas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa cuenta un sistema de gestión estructurado y orientado por una política formal que involucra áreas diversas (calidad, ambiental, jurídica y social, entre otras) y pasa por un proceso interno de auditoría.	16.3.1 La empresa cuenta con una política para orientar el sistema de gestión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	16.3.2 La empresa involucra diversas áreas (calidad, ambiental, jurídica, social, entre otras) en su sistema de gestión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	16.3.3 La empresa cuenta con un proceso de auditoría interna.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
El sistema de gestión de la empresa es monitoreado y orientado por un área específica o comité predeterminado en política interna. Los indicadores que se utilizan constantemente se encuentran disponibles y pueden influenciar el proceso de toma de decisión. Ellos son monitoreados para orientar acciones correctivas en la gestión. El sistema de gestión es auditado por tercera parte independiente y creíble.	16.4.1 La empresa cuenta con un área específica dedicada a monitorear su sistema de gestión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	16.4.2 La empresa cuenta con indicadores que se encuentran disponibles en forma constante.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	16.4.3 Los indicadores clave de desempeño incluyen datos socioambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	16.4.4 La empresa cuenta con auditoría por tercera parte de su sistema de gestión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa es referente en gestión, habiendo sido reconocida por premios y/o menciones en medios específicos. La empresa utiliza este reconocimiento para influenciar de forma activa su cadena de valor, además de aprovechar ese relacionamiento para evaluar y perfeccionar el sistema.	16.5.1 La empresa es reconocida en el mercado por su gestión, recibiendo premios y/o menciones voluntarias en medios específicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	16.5.2 La empresa ejerce influencia en su cadena de valor por medio de sus prácticas en sistemas de gestión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	16.5.3 La empresa utiliza la relación con la cadena de valor para evaluar y perfeccionar su sistema de gestión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias, que justifica la selección de un estadio?. En caso positivo describir:</p>	<p><input type="radio"/> La empresa no se identifica con ningún estadio.</p>	<p><input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

Sistema de Gestión de Proveedores

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa cuenta con un mapeo de sus proveedores a los cuales les exige, cuando los selecciona, el cumplimiento de legislación específica.	17.1.1 La empresa exige cumplimiento de legislación en la selección de proveedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	17.1.2 La empresa cuenta con un mapeo de sus proveedores, conociendo los más críticos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa adopta prácticas de selección de proveedores que sobrepasan el cumplimiento de legislación específica, al contemplar criterios socioambientales.	17.2.1 La empresa cuenta con cláusulas socioambientales en los contratos con proveedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	17.2.2 La empresa cuenta con cláusulas específicas en su código de conducta sobre la relación con proveedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa adopta una política de selección y contratación de proveedores que exige, periódicamente, contar con evidencia del cumplimiento de sus criterios.	17.3.1 La empresa cuenta con una política de contratación de proveedores establecida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	17.3.2 La empresa solicita una autoevaluación de los proveedores con relación a criterios socioambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	17.3.3 En caso de incumplimiento de normas, la empresa establece un plazo formal para que los proveedores entren en la conformidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa estimula y recoge evidencia de sus proveedores, buscando la comprobación del cumplimiento de sus criterios en lo atinente a normas socioambientales, además de involucrarlos en debates relacionados a la gestión de la responsabilidad social y se acompaña en el proceso por medio de indicadores.	17.4.1 La empresa realiza auditorías socioambientales de sus proveedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	17.4.2 La empresa involucra a sus proveedores en las cuestiones relacionadas a la gestión de responsabilidad social buscando su capacitación y adecuación a criterios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	17.4.3 La empresa cuenta con uno o más indicadores clave de desempeño sobre su gestión de proveedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa ejerce influencia en la gestión de subproveedores de sus proveedores.	17.5.1 La empresa ejerce influencia en la gestión sub-proveedores de sus proveedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	17.5.2 La empresa apoya iniciativas sectoriales que buscan el desarrollo sustentable de proveedores y sub-proveedores, evaluando y reconociendo buenas prácticas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias, que justifica la selección de un estadio?. En caso positivo describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Mapeo de los Impactos de Operación y Gestión de Riesgos

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa cumple la legislación pertinente, manteniendo las licencias rigurosamente al día, y esporádicamente identifica los impactos potenciales económicos, sociales y ambientales, que su actividad puede provocar.	18.1.1 La empresa cumple los requisitos legales pertinentes y mantiene las licencias de operación que su actividad requiere.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	18.1.2 La empresa identifica esporádicamente y por indicación de las partes interesadas sus impactos económicos, sociales y ambientales, tomando medidas de remediación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa utiliza informaciones externas (relevamiento de medios, estudios de opinión, entre otras) para identificar los principales impactos económicos, sociales y ambientales que su actividad puede acarrear y utiliza este conocimiento en el proceso de toma de decisión, y cuando es necesario toma medidas de remediación en casos puntuales.	18.2.1 La empresa evalúa cómo sus actividades pueden impactar en la sociedad en los aspectos económicos, sociales y ambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	18.2.2 La empresa busca informaciones externas (relevamiento de medios, entre otras) para auxiliar en la identificación de sus impactos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	18.2.3 La empresa utiliza los resultados de las evaluaciones y el conocimiento sobre el negocio, para la toma de decisión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	18.2.4 En caso de necesidad de acciones puntuales, o por presión de las partes interesadas, la empresa ejecuta medidas de remediación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa cuenta con directrices y políticas que orientan el mapeo de los impactos económicos, sociales y ambientales que su operación eventualmente provocará y que serán monitoreados periódicamente por medio de indicadores que influyen en el planeamiento estratégico y la toma de decisiones.	18.3.1 La empresa cuenta con políticas y procedimientos formales para la realización del mapeo de impactos económicos, sociales y ambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	18.3.2 La empresa monitorea periódicamente, con indicadores, los impactos de la operación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	18.3.3 La empresa utiliza los resultados del mapeo y del análisis de riesgo para definir sus prioridades estratégicas y toma de decisión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa mapea los impactos económicos, sociales y ambientales. Antes de realizar una nueva inversión, sus proyectos toman en cuenta esa información, que incluye temas indicados por las partes interesadas que son utilizados para orientar a la gestión de sustentabilidad de la empresa. Además de eso, la empresa acompaña los impactos de su cadena de proveedores.	18.4.1 La empresa cuenta con un mapeo formal y eficaz de los impactos, para conformar una matriz de riesgos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	18.4.2 La empresa utiliza ese mapeo para la toma de decisión sobre nuevas inversiones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	18.4.3 La empresa acompaña los impactos de su cadena de suministro y los incorpora a su mapeo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	18.4.4 La empresa realiza periódicamente un proceso formal de consulta a las partes interesadas sobre los asuntos materiales de sus actividades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	18.4.5 La empresa cruza las informaciones de resultado de los procesos de consulta a las partes interesadas con el análisis de riesgo interno para definir sus prioridades estratégicas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa actúa junto a sus proveedores para que extingan, mitiguen o reduzcan los impactos ambientales, sociales y económicos negativos que las actividades que realizan podrían causar. Además, adopta un proceso de diálogo con partes interesadas, estructurado y continuo, cuyo resultado ejerce influencia significativa en el proceso de toma de decisión. Esa práctica es reconocida por la comunidad junto a la cual la empresa opera.	18.5.1 La empresa cuenta con un mapeo de riesgos tomando en cuenta a su cadena de suministro.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	18.5.2 La empresa realiza acciones con un conjunto de proveedores para la extinción, mitigación y reducción de los impactos negativos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	18.5.3 Los resultados de las instancias de diálogo con partes interesadas son utilizadas con significativa influencia en la toma de decisiones de la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	18.5.4 La empresa estimula a su cadena de valor a realizar procesos de identificación de asuntos e impactos materiales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias, que justifica la selección de un estadio?. En caso positivo describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Gestión de Responsabilidad Social/ Sustentabilidad

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa realiza prácticas puntuales relacionadas a la RSE/ sustentabilidad.	19.1.1 La empresa cuenta con prácticas puntuales relacionadas a la RSE/ Sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa realiza prácticas de RSE /Sustentabilidad, monitoreadas y evaluadas con la finalidad de pautar decisiones sobre su continuidad. Realiza procesos de diálogo con las partes interesadas con el propósito de orientar su gestión de RSE.	19.2.1 La empresa cuenta con prácticas de RSE/ sustentabilidad y monitorea sus resultados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	19.2.2 La empresa realiza un proceso de diálogo con sus partes interesadas buscando inputs para el auxilio y la orientación de la RSE en la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa diseña prácticas corporativas para tratar las cuestiones de relevancia para la propia empresa y para las partes interesadas.	19.3.1 La empresa incluye en los documentos de declaración de visión, misión y valores referencias a la RSE.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	19.3.2 La empresa cuenta con políticas establecidas sobre a adopción de temas de RSE/ Sustentabilidad en su gestión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	19.3.3 La empresa concientiza a todos sus niveles jerárquicos a fin de involucrarlos y generar comprensión y compromiso en relación a las acciones de RSE/ Sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa incluye en su sistema de gestión temas de RSE/ Sustentabilidad, que son acompañados por la alta administración.	19.4.1 El sistema de gestión de la empresa incluye aspectos de RSE/ Sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	19.4.2 La alta administración de la empresa acompaña periódicamente sus monitoreos, evaluaciones y resultados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	19.4.3 La empresa presenta los resultados de proceso a sus partes interesadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	19.4.4 Elabora y aplica programas de capacitación y formación de competencias en temas de RSE/ Sustentabilidad, de forma de proporcionar un aprendizaje continuo en la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa desarrolla un liderazgo activo, que promueve la creación de una cultura de gestión de la RSE/ Sustentabilidad en la empresa, en su cadena de valor y en la sociedad.	19.5.1 La empresa ejerce influencia en su cadena de valor y otros sectores en la adopción de una cultura de gestión de la RSE/ Sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	19.5.2 La empresa ejerce influencia en la sociedad en la adopción de una cultura de gestión de la RSE/ Sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias, que justifica la selección de un estadio?. En caso positivo describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

DIMENSIÓN

SOCIAL



TEMA	<p>DERECHOS HUMANOS En los últimos años, se ha tomado conocimiento que las empresas además de los gobiernos, son responsables de la garantía y el respeto de los Derechos Humanos. Ese respeto, que no se limita al cumplimiento legal, se aplica a todas las relaciones de la empresa. En este sentido, se torna fundamental que la empresa establezca políticas y mecanismos que favorezcan el respeto a los derechos y prevengan cualquier violación de los mismos.</p>			
SUBTEMA	<p>SITUACIONES DE RIESGO PARA LOS DERECHOS HUMANOS A los fines de superar los riesgos de violación de los Derechos Humanos, la primera medida a adoptar es contar con una percepción exacta sobre lo que comprenden en la operación de la empresa, así como su actual ocurrencia, para a partir de allí adoptar acciones objetivas para prevenirlos y/o mitigarlos</p>		<p>ACCIONES AFIRMATIVAS A los fines de lograr condiciones legítimas y fundamentales para todos los trabajadores, la empresa debe, en primer lugar, adoptar acciones afirmativas, entre otras no permitir cualquier tipo de discriminación en la selección de personal, el acceso al entrenamiento, la remuneración, la evaluación y promoción de sus empleados. Se debe ofrecer igualdad de oportunidades a todas las personas, independientemente de su sexo, raza, edad, origen, orientación sexual/ identidad de género, religión, condición física, condiciones de salud, etc. Aún más: se debe prestar especial atención a miembros de grupos que generalmente sufren discriminación en la sociedad.</p>	
INDICADOR	<p>20 MONITOREO DE LOS IMPACTOS DEL NEGOCIO EN LOS DERECHOS HUMANOS Ese tipo de monitoreo requiere el conocimiento de los impactos que generan los negocios de la empresa y su relación con las normas de Derechos Humanos.</p>	<p>21 TRABAJO INFANTIL EN LA CADENA DE PROVEEDORES La prohibición de trabajo infantil en la cadena de proveedores, contribuye al ejercicio de un derecho fundamental. Para asegurar la erradicación de la explotación del trabajo de niños, niñas y adolescentes en sus múltiples formas, la empresa debe adoptar mecanismos de control de su cadena de proveedores.</p>	<p>22 TRABAJO FORZADO (O ANÁLOGO AL ESCLAVO) EN LA CADENA DE PROVEEDORES La prohibición del trabajo forzado (o análogo al trabajo esclavo) en la cadena de aprovisionamiento contribuye a un derecho fundamental del trabajo. Para asegurar su erradicación la empresa debe adoptar mecanismos de control de su cadena de proveedores.</p>	<p>23 PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD Y LA EQUIDAD La promoción de la equidad y la diversidad en el mundo del trabajo es fundamental. Por lo tanto, se debe contar con mecanismos eficaces y adecuados establecidos por la empresa con el propósito de evitar cualquier tipo de discriminación y promover la diversidad en sus cuadros funcionales.</p>

TEMA	PRÁCTICAS LABORALES La generación de empleo e igualmente, el pago de salarios y otras remuneraciones relacionadas con su ejecución son contribuciones económicas y sociales muy importantes de toda organización. El trabajo significativo y productivo constituye un elemento esencial para el desarrollo humano. Su ausencia comporta la causa primordial de los problemas sociales. No sin razón es que las prácticas laborales causan un gran impacto en lo que hace al respeto del estado de derecho y al sentido de justicia presente en una sociedad: las prácticas laborales socialmente responsables son esenciales para la consolidación de la justicia, la estabilidad y la paz social. La importancia del empleo para el desarrollo humano está universalmente aceptada. Como empleadores, las organizaciones contribuyen con uno de los aciertos objetivos más ampliamente aceptados de la sociedad, a saber, la mejora de la calidad de vida mediante el trabajo digno, el pleno empleo y el empleo seguro.						
	SUBTEMA	RELACIONES LABORALES Las relaciones laborales están vinculadas a las personas, principalmente al respeto de los empleados (propios, de terceros, temporarios o a tiempo parcial), y a la legislación que los beneficia.			DESARROLLO HUMANO, BENEFICIOS Y ENTRENAMIENTO La preocupación por el futuro de los empleados no recae solamente sobre ellos. La empresa por su parte, debe tener significativa participación en los momentos de su vida profesional, ofreciendo a sus empleados capacitación con vista a su desarrollo, no solamente en el momento en que colaboran con ella, sino también para contribuir con el legado que adquirirían a lo largo de sus carreras.		SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO Y CALIDAD DE VIDA. La preocupación por la salud, la seguridad y la calidad de vida es un tema presente y creciente en las empresas que buscan el bienestar de sus empleados y de sus familiares.
INDICADOR		24 RELACIÓN CON EMPLEADOS (EFECTIVOS, DE TERCEROS, TEMPORARIOS O A TIEMPO PARCIAL) La empresa debe adoptar criterios que orienten la relación de la organización con empleados de diferentes tipos de vínculos laborales.	25 RELACIONES CON SINDICATOS Las relaciones con los sindicatos constituyen un derecho fundamental del trabajador, por este motivo la empresa debe asegurar la libertad de asociación, el derecho a asociarse, y el derecho a la negociación colectiva.	26 REMUNERACIÓN Y BENEFICIOS Deben ser implementadas por la empresa políticas de remuneración y beneficios que busquen valorizar las competencias potenciales de sus funcionarios.	27 COMPROMISO CON EL DESARROLLO PROFESIONAL La empresa debe invertir en capacitación y desarrollo profesional de los empleados.	28 COMPORTAMIENTO FRENTE A DESVINCULACIONES Y JUBILACIÓN La responsabilidad de la empresa con sus empleados contempla el proceso de desvinculación y jubilación. En ese momento y en esa situación, la empresa debe adoptar medidas que busquen garantizar el futuro de sus empleados luego de su desvinculación.	29 SALUD Y SEGURIDAD DE LOS EMPLEADOS La empresa es responsable por el establecimiento de patrones de excelencia en las condiciones de trabajo a los fines de garantizar la salud y seguridad de los empleados.

TEMA	CUESTIONES RELATIVAS AL CONSUMIDOR El relacionamiento de las empresas con los consumidores tiene a tornarse, cada vez más, una práctica transparente. Ella se inicia con el proceso de comunicación liderado por la empresa en el contexto de la admisión de un empleado. Ese contacto va, poco a poco, adquiriendo niveles mayores de complejidad, cuando como, por ejemplo, se enfrenta con las implicaciones que devienen de los impactos causados por el consumo de productos o servicios.		
SUBTEMA	RESPECTO AL DERECHOS DEL CONSUMIDOR La actitud de los consumidores se ha tornado cada vez más exigente con las empresas, demandando que la relación entre ambos sea proactiva y transparente.	CONSUMO CONSCIENTE Conscientes de la necesidad de orientar también al consumidor respecto de las implicancias que el alto consumo acarrea, las empresas buscan implementar estrategias que orienten a sus empleados sobre la necesidad de practicar el consumo consciente y sustentable.	
INDICADOR	31 RELACIONAMIENTO CON EL CONSUMIDOR La empresa debe promover la calidad de la atención de consumidores y clientes, antes, durante y después de la venta o prestación del servicio. Ella debe implementar también la mejora de la confiabilidad, eficiencia, seguridad de los productos y servicios.	32 IMPACTO DERIVADO DEL USO DE PRODUCTOS O SERVICIOS La empresa debe conocer los impactos potenciales de sus productos o servicios y garantizar que sean seguros, y que se utilicen como corresponde. También debe orientar claramente su uso, para proteger sus consumidores e clientes.	33 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN RESPONSABLE. EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO CONSCIENTE La empresa debe adoptar una posición de lealtad ante sus consumidores y clientes, proporcionando informaciones verdaderas, objetivas y no tendenciosas sobre sus productos y servicios. Ella debe promover, por medio de acciones de comunicación, el paradigma del consumo consciente.

TEMA	RELACIÓN CON LA COMUNIDAD Y PARTICIPACIÓN EN SU DESARROLLO La participación de las organizaciones con las comunidades puede dar lugar a un vínculo positivo recíproco, condición esta favorable tanto al desarrollo individual de sus miembros cuanto de la comunidad como un todo. En el caso de darse esta última posibilidad, las asociaciones de la comunidad pueden participar en el proceso, lo que contribuiría a la mejora del bien público, y consecuentemente, al fortalecimiento de la sociedad civil. Las consecuencias de la participación de la empresa en la comunidad van aún más allá, a la inducción de políticas públicas y al compromiso con metas de desarrollo de la sociedad en general.		
SUBTEMA	GESTIÓN DE IMPACTOS EN LA COMUNIDAD Y SU DESARROLLO Es en el entorno de la comunidad donde la empresa actúa donde se dan los mayores impactos de sus actividades. Esas comunidades, se encuentran cada vez más preparadas para buscar y exigir sus derechos. Por esa razón, es preciso que, al implementar sus estrategias las empresas entiendan las demandas de esos grupos, porque solo así, podrá atenderlos y apoyarlos.		
INDICADOR	34 GESTIÓN DE LOS IMPACTOS DE LA EMPRESA EN LA COMUNIDAD Respeto a las normas y costumbres locales, teniendo una interacción dinámica y transparente con los grupos locales y sus representantes.	35 COMPROMISO CON EL DESARROLLO DE LA COMUNIDAD Y GESTIÓN DE ACCIONES SOCIALES Participación de la empresa en cuestiones relacionadas a la comunidad, como modo de apoyar la solución de problemas sociales.	36 APOYO AL DESARROLLO DE PROVEEDORES La empresa procura incentivar el desarrollo de pequeñas y micro empresas existentes en las localidades en que actúa, y proceder a incorporarlas como sus proveedores, auxiliándolas, en esa medida, para desarrollar sus procesos productivos y de gestión.

Monitoreo de los Impactos del Negocio en los Derechos Humanos

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa respeta la legislación y las normas internacionales, especialmente en situaciones en que la legislación no prevé la protección adecuada de los derechos humanos.	20.1.1 La empresa cuenta con canales informales y trata de forma puntual los casos de falta de respeto a los derechos humanos, tanto internos como externos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.1.2 La empresa se asegura de no practicar discriminación contra empleados, clientes, terceros o cualquier otra parte interesada, con la cual desarrolla relaciones, incluyendo a la comunidad del entorno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa identifica, previene y trata los impactos negativos reales o potenciales en los derechos humanos, resultantes de sus actividades o de las actividades de las organizaciones de su esfera de influencia.	20.2.1 La empresa analiza sus impactos potenciales y reales en derechos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.2.2 La empresa evalúa la vulnerabilidad de la comunidad del entorno en derechos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.2.3 La empresa posee conocimiento de los riesgos potenciales e impactos en los derechos humanos que causa, como por ejemplo, impactos en la salud y bienestar de empleados, terceros o comunidades vecinas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.2.4 La empresa trata las cuestiones de los derechos humanos en sus 3 dimensiones: prevenir, respetar y remediar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.2.5 La empresa prohíbe la complicidad directa o indirecta, ventajosa y silenciosa con actos de no respeto de los derechos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa implementa políticas de derechos humanos para acompañar y orientar al público interno y demás partes interesadas, además de orientar a la estrategia de la empresa. También, adopta procedimientos formales para atender y ofrecer soluciones para las quejas y denuncias.	20.3.1 La empresa cuenta con políticas específicas para tratar cuestiones relacionadas a los derechos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.3.2 La empresa integra formalmente las cuestiones de derechos humanos en su gestión, designando a un responsable interno del tema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.3.3 La empresa cuenta con un canal de denuncias que ofrece confidencialidad a los empleados y otras partes interesadas para que puedan utilizarlo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.3.4 La empresa posee procedimientos para tratar rápidamente y en forma adecuada las quejas y denuncias.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.3.5 La empresa vincula la actuación de su área jurídica a la política de derechos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.3.6 La empresa verifica que sus servicios de seguridad estén en conformidad con los derechos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa evalúa su desempeño en derechos humanos a fin de encontrar oportunidades de mejora para su gestión. Realiza auditorías de las operaciones de su responsabilidad y su esfera de influencia, además de involucrar formalmente su cadena de valor en el desarrollo de buenas prácticas de derechos humanos.	20.4.1 La empresa realiza visitas y/o auditorías en las operaciones de su responsabilidad, involucrando a la comunidad del entorno en la evaluación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.4.2 La empresa monitorea su esfera de influencia y posee directrices para lidiar con casos de complicidad, ventajosa o silenciosa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.4.3 La empresa involucra a su cadena de valor en el desarrollo y aplicación de buenas prácticas de respeto a los derechos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.4.4 La empresa tiene acciones conjuntas con la comunidad del entorno para mitigar los riesgos relacionados con los derechos humanos en sus operaciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.4.5 La empresa no compra bienes o servicios de empresas que violan los derechos humanos y, en el caso que un proveedor sea acusado de prácticas que violen los derechos humanos, aplica medidas correctivas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa involucra a partes interesadas en su evaluación de impacto en derechos humanos; realiza visitas y/o auditorías de las operaciones de su cadena de valor e implementa procedimientos en el ámbito de la comunidad del entorno, con el propósito de remediar eventuales impactos que se relacionan con los derechos humanos. Además de eso, no vende ni bienes ni servicios a las empresas que violen los derechos humanos.	20.5.1 La empresa realiza visitas y/o auditorías a las operaciones de su cadena de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.5.2 La empresa incluye en su evaluación de derechos humanos la participación de partes interesadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.5.3 La empresa posee procedimientos conjuntos con la comunidad de su entorno para remediar los impactos generados que están relacionados con los derechos humanos en sus operaciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	20.5.4 La empresa no vende bienes y servicios para empresas que violen los derechos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ninguno de los estadios.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa cumple rigurosamente la legislación laboral local e incluye cláusulas en los contratos con los proveedores exigiendo que ellos también cumplan la legislación.	21.1.1 La empresa cumple la legislación laboral local.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.1.2 En sus contratos la empresa incluye cláusulas que exigen el cumplimiento de la legislación laboral local a sus proveedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
El responsable por la empresa incluye cláusulas específicas sobre el trabajo infantil en los contratos que firma con los proveedores, y la empresa, como un todo, se involucra en el trabajo de concientizar a su público interno sobre las razones de esta prohibición, participando de campañas que persiguen ese alineamiento.	21.2.1 La empresa busca concientizar a su público interno sobre el trabajo infantil y/o apoya campañas públicas sobre el asunto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.2.2 En sus contratos con proveedores la empresa incluye cláusulas específicas sobre trabajo infantil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa adopta procedimientos de gestión que monitorean el riesgo de trabajo infantil en su operación y cadena de aprovisionamiento. Además de eso, repudia el trabajo infantil en sus documentos formales y establece, en sus políticas de contratación, cláusulas específicas que prohíben ese tipo de práctica.	21.3.1 La empresa consulta fuentes oficiales y privadas de denuncias de trabajo infantil como método decisorio de compras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.3.2 Los documentos formales que expresan principios y valores se difunden formalmente entre el público interno y externo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.3.3 La empresa repudia en su código de conducta la explotación del trabajo infantil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa cuenta con un sistema de gestión estructurado que evalúa periódicamente los riesgos de empleo de trabajo infantil en su ámbito y en la cadena de abastecimiento. Posee también programas dirigidos a la concientización de los proveedores respecto de esta prohibición y al examinar a los más críticos, verifica que están cumpliendo las normas.	21.4.1 La empresa cuenta con procesos de auditoría interna que comprenden este tema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.4.2 La empresa cuenta con una matriz de riesgo para monitorear la posibilidad de trabajo infantil en su operación y cadena de abastecimiento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.4.3 La empresa realiza acciones de concientización de proveedores sobre trabajo infantil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.4.4 La empresa cuenta con procesos estructurados de solución de casos comprobados de trabajo infantil en su cadena de abastecimiento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.4.5 La empresa cuenta con un programa de monitoreo y evaluación de los proveedores más críticos de la cadena de abastecimiento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa es reconocida por el tratamiento que dispensa a las cuestiones relacionadas con el trabajo infantil y por participar de foros y eventos en el ámbito de los cuales manifiesta su apoyo a su erradicación. Es reconocida también por su desempeño interno junto a su cadena de valor por contar con articulaciones y acuerdos con asociaciones que luchan por ese mismo fin.	21.5.1 La empresa desarrolla iniciativas para apoyar a su cadena de valor en la mejora de las condiciones de trabajo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.5.2 La empresa participa con frecuencia de foros y eventos que abordan aspectos relacionados con el trabajo infantil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	21.5.3 La empresa moviliza a la sociedad en el rol de erradicación del trabajo infantil, participando y motivando a asociaciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ninguno de los estadios.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Trabajo Forzoso (o Análogo al Esclavo) en la Cadena de Abastecimiento

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa cumple rigurosamente a legislación laboral local e incluye cláusulas contractuales que exigen a sus proveedores el cumplimiento de esa legislación.	22.1.1 La empresa cumple la legislación laboral local.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	22.1.2 En sus contratos la empresa incluye cláusulas que exigen el cumplimiento de la legislación del trabajo local a sus proveedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
El responsable del área evalúa los riesgos de incidencia de trabajo forzado e incluye cláusulas específicas sobre trabajo forzado en los contratos con proveedores.	22.2.1 La empresa busca la concientización del público interno sobre trabajo forzado y/o apoya campañas públicas sobre el asunto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	22.2.2 En sus contratos con proveedores la empresa incluye cláusulas específicas sobre trabajo forzado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa adopta procedimientos de gestión que monitorean el riesgo de incidencia de trabajo forzado en sus operaciones en la cadena de abastecimiento. Instituye también valores que repudian el trabajo forzado y políticas de contratación con cláusulas que prohíben la explotación del trabajo forzado.	22.3.1 La empresa incluye políticas de contratación de proveedores que incluyen mecanismos de control sobre el asunto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	22.3.2 La empresa consulta fuentes oficiales sobre datos de empresas y trabajo forzado como método para decidir compras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	22.3.3 La empresa repudia en sus valores y en su código la utilización de trabajo forzado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa cuenta con un sistema de gestión estructurado que evalúa periódicamente los riesgos de incidencia de trabajo forzado en la empresa y en la cadena de abastecimiento. Además de eso, implementa programas de concientización de proveedores acerca de esta cuestión, así como procesos de verificación de su cumplimiento en la cadena de abastecimiento, analizando continuamente a los proveedores más críticos.	22.4.1 La empresa cuenta procesos de auditoría interna que comprenden este asunto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	22.4.2 La empresa cuenta con una matriz de riesgo para monitorear la posibilidad de trabajo forzado en su operación y en su cadena de abastecimiento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	22.4.3 La empresa realiza acciones de concientización de proveedores sobre trabajo forzado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	22.4.4 La empresa posee procesos estructurados de solución de casos comprobados de trabajo forzado en su cadena de abastecimientos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	22.4.5 La empresa posee un programa de monitoreo y evaluación de los proveedores más críticos de la cadena de abastecimiento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	22.4.6 La empresa realiza auditorías por terceras partes en su cadena de abastecimiento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa es reconocida tanto por su desempeño interno como por aquello que realiza junto a su cadena de valor con vistas a la erradicación de trabajo forzado y también, por desarrollar políticas públicas y establecer acuerdos con asociaciones con ese mismo objetivo. Finalmente, la empresa moviliza a la sociedad en pro de la erradicación del trabajo forzado.	22.5.1 La empresa participa en el desarrollo de políticas públicas que buscan la erradicación del trabajo forzado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	22.5.2 La empresa desarrolla iniciativas para apoyar a su cadena de valor en la mejora de las condiciones de trabajo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	22.5.3 La empresa moviliza a la sociedad en pro de la erradicación del trabajo forzado, participando y motivando a asociaciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ninguno de los estadios.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

ESTADIO 1

La empresa sigue la legislación nacional que combate a la discriminación y se manifiesta contraria a comportamientos que no promueven la igualdad de oportunidades en el ambiente interno y en la relación con clientes, proveedores y comunidad del entorno.

CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL

		si	no
23.1.1	La empresa cumple la legislación nacional antidiscriminación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.1.2	La empresa cumple los porcentajes determinados por la ley para la contratación de personas con discapacidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.1.3	La empresa repudia en sus valores y en su código de conducta cualquier forma de discriminación motivada por origen étnico, género, orientación sexual/ identidad de género, apariencia, religión u opinión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.1.4	La empresa respeta costumbres religiosas, y tradiciones culturales de los empleados locales en los lugares en que opera.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.1.5	La empresa cuenta con acciones, e iniciativas puntuales de comunicación antidiscriminación con empleados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTADIO 2

La empresa periódicamente realiza iniciativas que procuran la promoción de la diversidad y la eliminación de la incidencia de cualquier práctica discriminatoria aplicable tanto a la movilidad interna como a procesos de selección, incorporación y promoción.

INICIATIVAS Y PRÁCTICAS

		si	no
23.2.1	La empresa promueve campañas de concientización interna sobre el tema de diversidad en el lugar de trabajo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.2.2	La empresa mapea los procedimientos de reclutamiento, selección y eliminación de cualquier acción contraria a la promoción de la diversidad, inclusive para liberados del sistema penitenciario.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.2.3	La empresa mapea los procedimientos de promoción y movilidad interna y eliminó cualquier acción contraria a la promoción de la diversidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.2.4	La empresa promovió o está promoviendo las adaptaciones necesarias para favorecer la accesibilidad, de acuerdo a la legislación vigente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.2.5	La empresa posee canales de denuncia anónimos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTADIO 3

En los procesos y herramientas de gestión de las personas, la empresa cuenta con criterios para monitorear la diversidad de su personal y las posibles desigualdades en relación a los segmentos en desventaja (mujeres, inmigrantes, personas de diverso origen étnico, personas con capacidades diferentes, liberados, entre otros). También, cuenta con metas para reducir las diferencias de proporción entre cargos gerenciales o ejecutivos ocupados por mujeres y por hombres. La empresa instituye en sus códigos y valores el respeto a la diversidad y adopta políticas y procedimientos alineados a ese tema. Por medio de sus canales de denuncia, promueve una evaluación interna sobre situaciones que ponen en riesgo la promoción de la diversidad.

POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN

		si	no
23.3.1	La empresa cuenta con una política de no discriminación para los procesos de reclutamiento y selección, promoción y participación en programas de formación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.3.2	La empresa posee procedimientos formales para tratar con situaciones en las que ocurran casos de discriminación. Estos procedimientos contemplan penas y sanciones cuando sea adecuado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.3.3	En los procesos y herramientas de gestión de las personas, la empresa incluye criterios para monitorear la diversidad de su personal y las posibles desigualdades en relación con segmentos en desventaja (mujeres, inmigrantes, personas de diverso origen étnico, personas con capacidades diferentes, liberados, entre otros).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.3.4	La empresa tiene metas para reducir la diferencia de proporción entre cargos ocupados por mujeres y hombres en sus cuadros gerenciales y ejecutivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.3.5	La empresa tiene metas para reducir la diferencia de proporción entre cargos ocupados por personas de segmentos en desventaja en sus cuadros de gerencia y ejecutivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTADIO 4

La empresa monitorea y evalúa con indicadores relacionados al tema de la diversidad y utiliza sus resultados para identificar y realizar mejoras, como reducción del número de denuncias y garantizar oportunidades de desarrollo y de igualdad de remuneración. Además de eso, incentiva a la cadena de abastecimiento a adoptar prácticas alineadas a la promoción y el respeto a la diversidad.

EFICIENCIA

		si	no
23.4.1	La empresa utiliza los resultados de las evaluaciones internas, sobre la promoción de la diversidad, para acciones de mejora (estructurales y de gestión).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.4.2	La empresa es garante de la igualdad de oportunidades entre todos los empleados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.4.3	La empresa extiende las prácticas de promoción de la diversidad para sus empleados tercerizados y su cadena de abastecimiento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.4.4	La empresa ofrece oportunidades de desarrollo de liderazgo para mujeres, inmigrantes, personas de diverso origen étnico, personas con capacidades diferentes, liberados, entre otros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.4.5	La empresa cuenta con una política de igualdad salarial para mujeres, inmigrantes, personas de diverso origen étnico, personas con capacidades diferentes, liberados, entre otros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTADIO 5

La empresa ejerce influencia en lo que concierne a la participación en las políticas y en los debates públicos; promueve campañas de sensibilización para los hombres sobre la importancia de compartir las tareas domésticas y acerca de la paternidad responsable. Es reconocida en el mercado por sus prácticas de apoyo a la diversidad e igualdad, además de incentivar a su cadena de valor a avanzar en esa área.

PROTAGONISMO

		si	no
23.5.1	La empresa promueve campañas de sensibilización de los hombres sobre la importancia de compartir las tareas domésticas y sobre la paternidad responsable.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.5.2	La empresa posee un programa de acompañamiento de la promoción de la diversidad para su cadena de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.5.3	La empresa impulsa al mercado a realizar acciones de promoción de la diversidad, por ejemplo contratando practicantes de diferentes facultades, empleados de segmentos en desventaja social, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ninguno de los estadios.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Relación con Empleados (Efectivos, Tercerizados, Temporarios a Tiempo Parcial)

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa celebra contratos formales de trabajo que están alineados al pleno cumplimiento de la legislación laboral.	24.1.1 La empresa cuenta con comisiones internas de participación de empleados, y cumple con la legislación vigente para su tamaño de empresa y ramo de actividad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	24.1.2 La empresa posee un número de empleados tercerizados inferior al 20% del total de los contratados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	24.1.3 En el caso que la empresa tenga conocimiento de faltas en relación a la legislación laboral en su operación o en la de sus contratistas, toma las medidas necesarias para sanearlas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa monitorea periódicamente el cumplimiento de los requisitos establecidos para la contratación de empleados tercerizados, exigiendo que sean realizados todos los ajustes que garantizan el correcto cumplimiento de la legislación. La empresa ofrece un canal de denuncias internas y externas.	24.2.1 La empresa ofrece un canal de fácil acceso, con mecanismos para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a condiciones de trabajo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	24.2.2 La empresa exige a sus contratistas que demuestren la existencia de contratos de trabajo y condiciones laborales basados en la legislación vigente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	24.2.3 La empresa asiste a sus tercerizados en el reconocimiento de las obligaciones laborales por parte de sus contratantes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
Los valores de la empresa realzan el compromiso con el trabajo decente: Para garantizar el cumplimiento adopta procedimientos formales y evalúa la gestión de sus contratistas.	24.3.1 La empresa resalta entre sus valores el compromiso con relaciones de trabajo decentes y justas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	24.3.2 La empresa cuenta con políticas y procedimientos formales que regulan su sistema de gestión de las relaciones laborales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	24.3.3 La empresa realiza auditorías internas del sistema de gestión y realiza un análisis crítico para mejorar eventuales fallas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	24.3.4 La empresa exige documentación comprobatoria del cumplimiento de las leyes laborales dentro de su cadena de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa evalúa los resultados de su sistema de gestión en lo que concierne a las relaciones laborales, buscando oportunidades de mejora continua internamente y en su cadena de abastecimiento.	24.4.1 La empresa desarrolla programas que buscan mejoras en las condiciones de trabajo de sus empleados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	24.4.2 La empresa se asegura en la contratación que sus empleados tercerizados tengan las mismas condiciones de salud, seguridad y acceso a beneficios básicos que gozan los empleados regulares, tales como transporte, alimentación, uso de comedor, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	24.4.3 La empresa tiene un sistema de gestión de las relaciones laborales certificado por tercera parte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	24.4.4 La empresa participa de programas de evaluación o premiación de sus prácticas laborales, con el propósito de realizar un benchmarking y adaptarse a las mejores prácticas del mercado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa es reconocida por sus buenas prácticas de relacionamiento con los empleados, ha recibido premios que aseguran que es uno de los mejores lugares para trabajar. También desarrolla iniciativas e implementa programas que permiten que su cadena de valor replique sus prácticas.	24.5.1 La empresa es reconocida en el mercado por sus buenas prácticas en la gestión laboral, y ha recibido premios que atestiguan que es uno de los mejores lugares para trabajar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	24.5.2 La empresa cuenta con iniciativas e implementa programas que permiten que su cadena de valor replique sus prácticas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Relaciones con Sindicatos

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa cumple las convenciones colectivas de las actividades a las cuales pertenecen sus empleados y permite la afiliación y la participación de ellos en los sindicatos sin ejercer presión o represalias.	25.1.1 La empresa permite que sus empleados se afilien a sindicatos sin restricciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.1.2 La empresa ha adherido a las convenciones colectivas y respeta todas las relaciones de trabajo y categorías laborales en ellas comprendidas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.1.3 La empresa monitorea que sus obligaciones con el sindicato estén siempre al día y sean respetadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa permite la actuación de los sindicatos en el lugar de trabajo y ha designado a un responsable de la relación con el sindicato, siendo el gestor del manteniendo de los canales de comunicación entre ellos.	25.2.1 La empresa permite que se realicen reuniones sindicales en el lugar de trabajo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.2.2 La empresa no interfiere en las reuniones sindicales realizadas en el lugar de trabajo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.2.3 La empresa mantiene canales de comunicación con los sindicatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa no solamente permite la actuación de los sindicatos en el lugar de trabajo sino que también proporciona información sobre las condiciones de trabajo y se reúne periódicamente con sus representantes para escuchar sugerencias o negociar reivindicaciones.	25.3.1 La empresa posee procedimientos que garantizan la atención de los pedidos de los sindicatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.3.2 La empresa responde a los requerimientos de los sindicatos en tiempo y forma.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.3.3 La empresa cuenta con acuerdos colectivos negociados periódicamente con los sindicatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa incorpora a sus decisiones estratégicas asuntos relevantes para los sindicatos y los participa en decisiones que tratan de la reestructuración, expansión o reducción de sus actividades.	25.4.1 La empresa incorpora asuntos relacionados a los sindicatos al trazar su estrategia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.4.2 La empresa informa a los sindicatos con antelación sobre proyectos atinentes a la estructura o a los empleados de la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.4.3 La empresa cuenta con acuerdos para capacitación y finalización de la escolarización junto a los sindicatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa cuenta con mecanismos que permiten que los asuntos tratados con los sindicatos ejerzan influencia en la toma de decisión. También ejerce influencia en su cadena de valor y es reconocida por los sindicatos como referencia.	25.5.1 La empresa es reconocida por el mercado por su relación con sindicatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.5.2 La empresa ejerce influencia en su cadena de valor en lo que hace al relacionamiento con sindicatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	25.5.3 Antes de iniciar la implantación de un nuevo proyecto, la empresa siempre busca el acuerdo con el sindicato local.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Remuneración y Beneficios

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa remunera a sus empleados de acuerdo con el salario mínimo legal establecido para la categoría.	26.1.1 La empresa cumple con todas las obligaciones legales laborales en lo que se refiere al pago de salarios y beneficios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	26.1.2 La empresa respeta y cumple las convenciones colectivas en que sus empleados están encuadrados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa, además de la remuneración mínima legal, ofrece beneficios sociales como salud y seguro de vida, etc., a los empleados y los extiende a sus familiares.	26.2.1 En los últimos años, aumentó el menor salario de la empresa en relación con el salario mínimo vigente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	26.2.2 La empresa ofrece seguro de vida, plan de salud y otros beneficios de seguridad social a sus empleados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	26.2.3 La empresa respeta las necesidades personales de sus empleados en el planeamiento del trabajo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	26.2.4 La empresa ofrece beneficios que comprenden a los familiares, como participación del seguro de salud extra, becas de estudio, opciones de recreación, capacitación, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa cuenta con un plan de cargos y salarios transparente y procedimientos claros de gestión de carrera de los empleados.	26.3.1 La empresa cuenta con política transparente de remuneración.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	26.3.2 La empresa cuenta con procedimientos formales y claros de promoción e incremento salarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	26.3.3 La empresa evalúa el desempeño de los empleados de manera sistemática, por lo menos una vez al año.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	26.3.4 La empresa tiene metas para disminuir la variación proporcional entre el mayor y menor salario.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	26.3.5 El programa de participación en los resultados o de bonificación, en caso que posea, fue establecido por medio de negociación con una comisión de empleados o con el sindicato y en conformidad con la legislación aplicable.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa atiende a la satisfacción de los empleados en lo que atañe a su remuneración. Considera, para su composición, el salario medio del país, el costo de vida local, y verifica los criterios de remuneración que atienden a las necesidades del empleado y de su familia.	26.4.1 La empresa verifica la satisfacción de sus empleados con relación a la remuneración y beneficios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	26.4.2 La empresa considera el costo de vida local para la definición de la base salarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	26.4.3 El programa de bonificación de la empresa, en el caso que lo posea, ofrece a los empleados un bono adicional que contempla elementos de sustentabilidad, como éxitos a mediano y largo plazo, o el alcance de metas relacionadas con el desempeño social y ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa está considerada polo de atracción de talentos, constituyéndose en referencia para el mercado por sus políticas de remuneración y beneficios, estimulando el avance del mercado en esa práctica. Además de eso, la empresa cuenta con instancias que permiten la participación de los empleados de diversas categorías en las discusiones sobre remuneración y beneficios.	26.5.1 La empresa es reconocida por el mercado por sus prácticas de remuneración.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	26.5.2 La empresa estimula al mercado a mejorar la distribución de la riqueza generada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	26.5.3 La empresa estimula a su cadena de abastecimiento a elevar el nivel de su práctica de remuneración.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	26.5.4 La empresa atrae talentos y es buscada como lugar de trabajo por muchos profesionales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Compromiso con el Desarrollo Profesional

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa ofrece a los empleados actividades de capacitación y formación puntual, relacionados con las operaciones de la empresa.	27.1.1 La empresa ofrece a los empleados entrenamiento básico para la realización de sus operaciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.1.2 La empresa capacita a sus empleados para el ejercicio de la función designada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.1.3 La empresa contrata aprendices siguiendo la legislación específica para ello.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa cuenta con una rutina de entrenamiento/capacitación que busca la mejora de la productividad e incentiva a los empleados a perfeccionar su capacitación.	27.2.1 La empresa mantiene entrenamientos regulares buscando mejorar el desempeño de sus empleados en las funciones actuales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.2.2 La empresa favorece la realización de cursos externos por medio de compensación del tiempo de trabajo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.2.3 La empresa ofrece programas que contribuyen a la erradicación del analfabetismo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa adopta políticas que incentivan al desarrollo profesional y ofrece becas de estudio, promoviendo, así, un impacto positivo en la vida del trabajador. Además de eso, promueve la capacitación continua en todos los niveles.	27.3.1 La empresa cuenta con una política transparente y consolidada de becas de estudios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.3.2 La empresa provee entrenamientos específicos a pasantes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.3.3 La empresa ofrece entrenamiento para todos los niveles jerárquicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.3.4 La empresa cuenta con un diagnóstico de las competencias desarrolladas por sus empleados y ofrece formación relacionada a la necesidad de desarrollo de cada uno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa ofrece incentivos a los empleados para que adquieran más conocimientos, aumentando, así, su potencial de empleabilidad independientemente de la aplicación que puedan dar a ese conocimiento en su función actual. Además de eso, estimula a la cadena de abastecimiento para que ofrezca entrenamientos e incentivos.	27.4.1 La empresa ofrece entrenamiento a los empleados que estimulan su desarrollo profesional, además de las actividades actuales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.4.2 La empresa ofrece entrenamiento que busca el desarrollo personal de los empleados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.4.3 La empresa ofrece los beneficios de capacitación para los temporarios tercerizados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.4.4 La empresa ofrece entrenamiento para el desarrollo de liderazgos para la sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.4.5 La empresa estimula a su cadena de abastecimiento al ofrecer entrenamientos a los empleados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.4.6 Al finalizar el periodo referente al programa de pasantías o de aprendizaje, procura emplear a los pasantes o aprendices en la propia empresa, cuando eso no es posible, busca empleo para ellos en el mercado de trabajo relacionado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa es un referente en el mercado por sus buenas prácticas de desarrollo profesional, además de promover y motivar el tratamiento de estas cuestiones en la cadena de abastecimiento.	27.5.1 La empresa estimula al sector a involucrarse en el tema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.5.2 La empresa estimula a su cadena de abastecimiento a participar e involucrarse en el desarrollo de programas de perfeccionamiento profesional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	27.5.3 La empresa atrae talentos y a los mejores profesionales debido a las oportunidades que ofrece en término de desarrollo profesional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:</p>	<p><input type="radio"/> La empresa no se identifica en ningún estadio.</p>	<p><input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

Comportamiento Frente a los Despidos y la Jubilación

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa cumple la legislación local vigente relacionada con los despidos y los procesos jubilatorios.	28.1.1 La empresa cumple la legislación local vigente relacionada con los despidos y los procesos jubilatorios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa adopta, con los empleados, prácticas de desvinculación transparentes y de apoyo al trabajador próximo a jubilarse.	28.2.1 La empresa busca alternativas a las desvinculaciones en masa como disminución de la carga horaria, restricción de gastos, etc.), en los casos en que sea una medida necesaria.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	28.2.2 En el caso que sea necesario una desvinculación masiva, tiene en cuenta indicadores socioeconómicos para definir prioridades: edad, estado civil, número de dependientes entre otros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	28.2.3 La empresa tiene buenas prácticas para tratar con empleados en proceso de jubilarse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa implementa también políticas de desvinculación basadas en evaluaciones por competencias técnicas y comportamentales, garantizando la imparcialidad de la decisión.	28.3.1 La empresa cuenta con políticas claras sobre desvinculación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	28.3.2 La empresa utiliza evaluaciones basadas en competencias técnicas para tomar decisiones sobre desvinculaciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	28.3.3 La empresa da acceso a los empleados a informaciones que validan el proceso de desvinculación, como forma de propiciar el desarrollo profesional de la(s) persona(s) desvinculada(s).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	28.3.4 La empresa ofrece programas de capacitación y desarrollo para los empleados desvinculados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	28.3.5 En el caso que haya necesidad de desvinculación en masa, realiza previamente un programa de desvinculación voluntaria, ofreciendo el mantenimiento de beneficios por tiempo determinado, cobertura médica, salarios extras, entre otros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	28.3.6 La empresa evalúa, considerando su ramo de actividad, la rotación de sus empleados, y cuenta con una política para mejorar ese indicador de mejora en la empleabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa ofrece servicios de apoyo (recolocación, extensión de beneficios, etc.) al trabajador desvinculado. La empresa igualmente ofrece beneficios que van más allá de la legislación, para amparar al trabajador desvinculado o jubilado.	28.4.1 La empresa ofrece programas de capacitación y desarrollo para los empleados desvinculados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	28.4.2 La empresa involucra a los familiares en el proceso de preparación para la jubilación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa es referente por sus prácticas de mercado referidas al tratamiento de las desvinculaciones y jubilaciones e impulsa al sector a desarrollar buenas prácticas.	28.5.1 La empresa influencia al mercado en el desarrollo de buenas prácticas relacionadas a desvinculaciones y procesos jubilatorios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	28.5.2 La empresa busca establecer diálogos estructurados con instancias de gobierno local, especialistas, ONGs y sindicatos para conocer, entender, prevenir y reducir el impacto de un posible cierre de las unidades de negocios o plantas, o de una eventual necesidad de disminución del personal.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Salud y Seguridad de los Empleados

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa cumple rigurosamente sus obligaciones legales y cuenta con la documentación actualizada que da cuenta de ello.	29.1.1 La empresa mantiene todos los documentos legales relativos a la Salud y Seguridad del Trabajo (SST) actualizados y completos (como Reportes de Salud Ocupacional, Análisis de Riesgos Ambientales, Reportes de Incidentes de Accidentes, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.1.2 La empresa atiende a las exigencias de las Normas Regulatorias y tiene un plan de actuación para garantizar su cumplimiento, especialmente en lo que se refiere a emergencias y riesgos de incendio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.1.3 La empresa cuenta con un responsable para gerenciar el asunto, o si es aplicable cuenta con un comité de prevención de accidentes dentro de las exigencias del marco regulatorio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa desarrolla campañas de concientización de los empleados y posee un compromiso formal de considerar los temas de salud y seguridad como prioritarios.	29.2.1 La empresa posee un compromiso o una política de salud y seguridad que integra el tema como práctica corporativa y monitorea los indicadores y tasas referentes al tema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.2.2 La empresa realiza regularmente entrenamientos en salud y seguridad con los empleados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.2.3 La empresa realiza campañas regulares de sensibilización para el tema y/o campañas que buscan el bienestar de los empleados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa adopta procedimientos formales de certificación y de acompañamiento de indicadores clave de desempeño (KPIs) y metas, incluyendo programas de entrenamiento.	29.3.1 La empresa dispone de un sistema de gestión de SST y de un sistema de gestión de SST moldeado según OHSAS18001, SA8000, BS8800, ISO 45001, o basado en otros modelos, que permiten monitorear los indicadores y la implementación de planes de acción.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.3.2 Los indicadores del sistema de gestión de SST forman parte de los indicadores claves de desempeño.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.3.3 La empresa tiene un sistema de gestión de SST certificado por tercera parte (Ej.: OHSAS18001, SA8000, BS8800, ISO 45001).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.3.4 La empresa ofrece un programa de prevención y tratamiento para la dependencia de alcohol o de drogas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.3.5 La empresa realiza análisis de riesgo referentes a la salud y seguridad para todos los nuevos procesos y proyectos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa realiza evaluaciones de resultados, identificando mejoras en el ambiente de trabajo, como reducción de accidentes, ausentismo, aumento de la satisfacción de los empleados, y también monitorea el desempeño en salud y seguridad en el trabajo de los tercerizados.	29.4.1 La empresa desarrolla programas que tienen como objetivo la reducción de riesgos y mejoras en el ambiente de trabajo que benefician a empleados y prestadores de servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.4.2 La empresa monitorea el desempeño en salud y seguridad en el trabajo de los tercerizados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa implementa programas de monitoreo y capacitación de la cadena de valor con indicadores y metas; y ejerce influencia en la discusión sectorial y/o en la sociedad.	29.5.1 La empresa es reconocida por sus buenas prácticas en salud y seguridad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.5.2 La empresa cuenta con un programa de acompañamiento a su cadena de valor y desarrolla iniciativas para apoyar la mejora de las condiciones de salud y seguridad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.5.3 La empresa organiza campañas que buscan la mejora de la salud no solamente de los empleados y sus familiares, sino también de la sociedad en general, como patrocinador o agente activo de una campaña.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	29.5.4 La empresa estimula al sector para mejorar el nivel de gestión de la salud y seguridad e involucra además de empresas, a organismos gubernamentales en ese objetivo, cuando es posible.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Condiciones de Trabajo, Calidad de Vida y Jornada de Trabajo

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa cumple sus obligaciones legales y emprende iniciativas con los objetivos de mejorar las condiciones de trabajo y la calidad de vida de los empleados.	30.1.1 La empresa respeta las horas de la jornada de trabajo de los empleados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.1.2 La empresa compensa las horas extras de todos los empleados, incluyendo gerentes y ejecutivos, de forma regular y registrada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.1.3 La empresa realiza un planeamiento, evitando horas extras frecuentes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa invierte en prácticas continuadas de incentivo de la calidad de vida de los empleados y les ofrece entrenamientos profesionales.	30.2.1 La empresa posee iniciativas de combate del estrés de los empleados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.2.2 La empresa promueve ejercicios físicos en el horario de trabajo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa desarrolla programas o campañas regulares de concientización sobre la calidad de vida y realiza investigaciones para medir el nivel de satisfacción de los trabajadores.	30.3.1 La empresa cuenta con políticas establecidas y divulgadas para la realización de horas extras o aplicación a un banco de horas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.3.2 La empresa comunica la necesidad de realización de horas extras con antelación y respeta la disponibilidad del funcionario.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.3.3 La empresa realiza investigaciones buscando medir el nivel de satisfacción de los empleados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.3.4 La empresa cuenta con normas para combatir situaciones de acoso moral o sexual, las cuales son divulgadas y debidamente tratadas por la estructura formal, denuncia anónima y pronta resolución.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa desarrolla programas buscando mejoras en el ambiente de trabajo que beneficien a los empleados y prestadores de servicios; invierte en programas de combate al estrés; ofrece orientación nutricional. Realiza investigaciones de clima para mejorar en la atención de las necesidades de los empleados y monitorea las cuestiones relacionadas a la calidad de vida de su cadena de abastecimiento. Además de eso, hace extensivos los programas de calidad de vida a los familiares de los empleados.	30.4.1 La empresa desarrolla programas que tienen como objetivo, mejoras en el ambiente de trabajo que benefician a empleados y prestadores de servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.4.2 La empresa mantiene programas de combate al estrés, orientación sobre alimentación y nutrición, equilibrio trabajo-familia, incluyendo el respeto a los límites con relación al teletrabajo, como por ejemplo comunicaciones telefónicas e e-mails fuera del horario de trabajo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.4.3 La empresa monitorea los resultados de la calidad de vida de su cadena de abastecimiento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.4.4 La empresa cuenta con programas y canales para que los temas de calidad de vida lleguen a la familia de los empleados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa es referente de buenas prácticas relacionadas a la calidad de vida y jornada de trabajo equilibrada, pues, además de implementar programa de acompañamiento de su cadena de abastecimiento, organiza campañas que buscan la mejora de la calidad de vida no solamente de los empleados y de sus familiares, sino también de la sociedad en general, siendo patrocinador o agente activo de campañas sobre el tema.	30.5.1 La empresa es reconocida por sus buenas prácticas en calidad de vida y jornada de trabajo equilibrada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.5.2 La empresa cuenta con un programa de acompañamiento de su cadena de abastecimiento y desarrolla iniciativas para apoyar la mejora de las condiciones de calidad de vida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.5.3 La empresa organiza campañas que buscan la mejora de la calidad de vida no solamente de los empleados y sus familiares, sino de la sociedad en general, siendo patrocinador o agente activo de campañas sobre el tema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30.5.4 Las prácticas de la empresa sirven frecuentemente de benchmark para otras empresas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:</p>	<p><input type="radio"/> La empresa no se identifica en ningún estadio.</p>	<p><input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

Relacionamiento con el Consumidor

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no	
La empresa mantiene abierto un canal de relacionamiento para solucionar demandas; monitorea el plazo en que son respondidas ofrecidas; pone a disposición de los clientes/consumidores información sobre sus derechos y deberes; mantiene un servicio de atención dirigido a la solución de demandas relacionadas al producto o servicio.	31.1.1	La empresa cuenta con un canal de relacionamiento para resolución de demandas de clientes/consumidores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.1.2	La empresa monitorea que las respuestas a las demandas de clientes/consumidores sean brindadas con rapidez y solucionadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.1.3	La empresa pone a disposición de sus clientes/consumidores información sobre los derechos y deberes (Ej.: Código de Defensa del Consumidor).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no	
La empresa mantiene activos los canales de comunicación como mecanismos para recibir y direccionar sugerencias, opiniones y para medir el grado de satisfacción del consumidor/cliente.	31.2.1	La empresa ofrece un canal de fácil acceso, con mecanismos para recibir y dirigir sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios, y mide la satisfacción de sus clientes/consumidores de forma regular.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.2.2	La empresa cuenta con un defensor del consumidor o función similar del consumidor/cliente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.2.3	La empresa promueve el entrenamiento de sus profesionales de atención para garantizar una atención ágil y una relación ética de respeto a los derechos del consumidor/cliente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no	
La empresa mantiene en actividades procesos que monitorean el relacionamiento y permiten que esas informaciones sean utilizadas para mejorar la calidad productos y servicios. Implementa política formal de protección a la privacidad y/o sistema de seguridad de la gestión de las informaciones privadas del consumidor.	31.3.1	La empresa dispone de una política de atención al consumidor/cliente que se comunica de forma proactiva a todas las partes interesadas e incluye un indicador de satisfacción del cliente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.3.2	La empresa cuenta con un servicio de atención de consumidores/clientes con indicadores que impactan en los procesos de toma de decisión de la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.3.3	La empresa cuenta con una política formal de protección de la privacidad y/o un sistema de seguridad de la gestión de la información privada del consumidor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no	
La empresa involucra a todas las áreas en busca de la mejora continua de la atención y satisfacción de los clientes; mantiene de forma regular, foros de de clientes; implementa procesos que permiten minimizar el riesgo de ser incluidos en listas de sanciones por defensa del consumidor, confiriendo prioridad al diálogo y participación de las partes interesadas en ese proceso.	31.4.1	La empresa involucra a todas las áreas en busca de la mejora continua de la atención y satisfacción de los clientes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.4.2	La empresa usa información y reclamos para la mejora de sus productos y servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.4.3	La empresa implementa reuniones y/o foros de clientes de forma regular, con el objetivo de discutir los principales desafíos de su sistema de atención.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.4.4	La empresa cuenta con un proceso que permite minimizar el riesgo de ser incluidas en listas de empresas sancionados por defensa del consumidor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no	
La empresa es reconocida por sus clientes y es referente en el sector en lo que atañe al relacionamiento con clientes, sirviendo de modelo para el mercado.	31.5.1	La empresa ha conseguido ganar notoriedad por la calidad de la atención que brinda a sus clientes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	31.5.2	La empresa incentiva el aumento de la calidad de atención a los clientes entre sus pares y dentro del contexto regional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Impacto Derivado del Uso de Productos y/o Servicios

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
A empresa pone a disposición del consumidor información detallada sobre sus productos, servicios, y asegura la conformidad de su producto o servicio con las normas y la legislación correspondiente.	32.1.1 La empresa transmite información vital de seguridad del consumidor mediante símbolos, preferencialmente aquellos acordados internacionalmente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	32.1.2 En situaciones de fallas o peligros imprevistos, la empresa retira todos los productos y/o interrumpe la prestación del servicio rápidamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa da preferencia a un abordaje preventivo, elaborando regularmente estudios e investigaciones técnicas sobre riesgos potenciales y adopta medidas preventivas y/o correctivas cuando detecta riesgos y fallas, de modo de garantizar la máxima seguridad del consumidor.	32.2.1 La empresa cuenta con un programa especial que hace foco en la salud y seguridad del consumidor/cliente de sus productos y servicios, abriendo canales de comunicación para recibir sugerencias de mejora.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	32.2.2 La empresa realiza evaluación del riesgo a la salud humana de productos y servicios antes de introducir nuevos materiales, tecnologías o métodos de producción y pone a disposición los resultados públicamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	32.2.3 La empresa adopta medidas que evitan que los productos se tornen inseguros posteriormente al uso de los consumidores, garantizando una forma de descarte segura y sin causar daños al medio ambiente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
Con el propósito de reducir eventuales daños y promover mejoras en la seguridad de los productos y servicios, la empresa mantiene diálogos y foros con los usuarios sobre eventuales cambios que puedan garantizar la realización de esos objetivos. Con la finalidad de recoger y canalizar información que contribuya a la participación activa de su público interno, proveedores, distribuidores, consumidores y clientes en la mejora continua de los productos y servicios. La empresa promueve la sustitución de componentes o cambia procesos por la utilización de tecnologías y procedimientos que minimizan o evitan riesgos a la salud y la seguridad del consumidor o cliente.	32.3.1 La empresa realiza foros y diálogos con usuarios para discutir cambios que garanticen la reducción de eventuales daños y mejoren la seguridad de los productos y servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	32.3.2 Capacita a todas las áreas de la empresa, los empleados y asociados para recabar y canalizar información que lleve a la mejora de la seguridad de productos y servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	32.3.3 La empresa asegura que fueron retirados, en todos los productos que comercializa, químicos que son peligrosos o productos prohibidos, aunque aún estén en uso en el país.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	32.3.4 La empresa garantiza el diseño apropiado de la información contenida en sus productos, tomando en consideración necesidades diferentes y respetando capacidades diferentes de los consumidores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa realiza estudios sobre el ciclo de vida de todos los productos, mapeando sus potenciales impactos a lo largo de su cadena de abastecimiento. Usa los resultados del análisis de los insumos obtenidos por medio del diálogo con todas las partes de la cadena de valor, y consiguió substituir productos que causan alto impacto por otros que promueven un impacto menor.	32.4.1 La empresa aplica estudios de ciclo de vida en sus principales productos, con la intención de conocer y mitigar sus impactos negativos a lo largo de la cadena de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	32.4.2 La empresa mantiene un programa con el objetivo de analizar toda su gama de productos y substituir productos con alto impacto negativo por productos sustentables y procurar nuevas soluciones con menor impacto ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	32.4.3 La empresa hace uso de los sellos sociales y ambientales reconocidos, ofreciendo siempre que es posible un producto certificado por tercera parte que avala la seguridad y/o el bajo impacto del producto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa considera el desarrollo sustentable entre las dimensiones mandatorias en la concepción de su reformulación, fabricación y venta de sus productos y servicios y trabaja en cooperación con otros actores en la implementación de programas que busquen contribuir a que los impactos negativos de sus productos o servicios sean iguales o próximos a cero.	32.5.1 La empresa desarrolla un programa avanzado de reformulación de su gama de productos y servicios que buscan reducir el impacto negativo a igual o próximo a cero.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	32.5.2 La empresa difunde un nuevo abordaje en el desarrollo de productos, usando metodologías como ecodiseño, impacto cero, entre otras, como nuevas metas de Investigación y Desarrollo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:	<input type="radio"/> La empresa no se identifica en ningún estadio.	<input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

Estrategia de Comunicación Responsable para el Consumo Consciente

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa actúa en consonancia con la legislación de defensa del consumidor y evalúa las piezas de comunicación desde el punto de vista de la comprensión, de modo de evitar ambigüedades que contribuyan a un error de interpretación.	33.1.1 La empresa cumple la legislación y provee a los consumidores datos relevantes (referidos a seguridad de los productos, localización de la organización y datos de contacto) de forma completa, precisa y comprensible en el rótulo de sus productos y en la divulgación de sus servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.1.2 La empresa actualiza su material de comunicación siempre que ha efectuado cambios significativos en los datos de rótulos, embalajes, remitos, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía entre otros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.1.3 La empresa no tuvo en los últimos tres años, campañas o piezas publicitarias retiradas o secuestradas por la presión de organizaciones de la sociedad civil organizada u otras partes interesadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa adopta prácticas y/o directrices de comunicación alineadas a sus valores y principios que contemplan todos los medios materiales de que dispone. Estos, a su vez, deben proveer de información confiable, consistente y verdadera, comparable y verificable, sobre factores ambientales y sociales relacionados a la sustentación, producción y entrega de productos y servicios.	33.2.1 La empresa no utiliza propaganda que coloque a las personas en situación pre conceptuosa o irrespetuosa y asegura que la comunicación dirigida al público infante juvenil sea responsable.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.2.2 La empresa provee a los consumidores de información confiable, consistente, verdadera, comparable y verificable sobre impactos ambientales y sociales relacionados con la producción y entrega de sus productos y servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa ha adoptado una política de comunicación orientada a la ética y responsabilidad. Esa política establece procedimientos de comunicación para todas las áreas, basados en lineamientos sobre posibles impactos en la sustentabilidad inherentes a sus productos y servicios.	33.3.1 La empresa cuenta con una política formal que asegura el apego a la ley, normas y códigos voluntarios relacionados a marketing, incluyendo publicidad, promoción y patrocinio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.3.2 La empresa realiza análisis previo de las piezas publicitarias para verificar la conformidad con las normas y códigos voluntarios correspondientes y los valores de la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.3.3 La empresa hace uso de sistemas de rotulage verificados externamente u otros sistemas de verificación (como sellos sociales y ambientales o actividades de auditoría).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa desarrolla con sus asociados productos y soluciones que reducen el impacto ambiental que provocan y facilitan el reúso y el reciclaje. Promueve acciones educativas para un consumo consciente, mencionando los impactos sociales, ambientales y económicos relacionados a las preferencias del consumidor. Ofrece además servicios de recolección y reciclaje de fácil acceso y divulga abiertamente la composición de precios: impuestos, términos y condiciones de los servicios y productos, incluyendo sus costos de entrega.	33.4.1 La empresa desarrolla, junto a sus asociados, productos y soluciones que reducen el impacto ambiental de los productos y facilitan el reúso y/o reciclaje.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.4.2 La empresa promueve acciones de educación para el consumo consciente, mencionando impactos sociales, ambientales y económicos relacionados a las preferencias del consumidor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.4.3 La empresa promueve campañas regulares de educación financiera dirigidas a su público interno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.4.4 La empresa ofrece servicios de colecta y de reciclaje de fácil acceso para el consumidor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.4.5 La empresa divulga abiertamente el total de precios, impuestos, términos y condiciones de los servicios y productos (como accesorios necesarios para uso) y los costos de entrega.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa promueve, con eficacia, la educación para el consumo consciente, lanzando productos más sustentables y conduce un proceso de comunicación capaz de generar cambios efectivos en la selección de productos por parte de los consumidores.	33.5.1 La empresa desarrolla campañas para reducir el uso de productos y servicios, sugiriendo a los consumidores la adopción de un consumo más consciente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.5.2 La empresa apoya al consumidor con acciones educativas que adelantan la venta de productos sustentables y ofrece incentivos económicos a los clientes que usan facilidades de reciclaje o reúso de productos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	33.5.3 La empresa tiene como regla sustituir productos sin certificación de sustentabilidad por productos certificados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

<input type="radio"/> La empresa no se identifica en ningún estadio.	<input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:	
----------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	--

Gestión de los impactos de la comunidad empresa

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	sí	no
La empresa procura contemplar medidas reparadoras dando respuestas a los reclamos y manifestaciones de la comunidad en donde se encuentra inserta y/o realiza sus operaciones.	34.1.1 La empresa se relaciona en forma eventual con la comunidad y evita causar trastornos con sus operaciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.1.2 La empresa procura responder a todos los reclamos y manifestaciones de la comunidad que son motivadas por sus impactos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	sí	no
La empresa mapea los impactos generados en la comunidad de su entorno, resultantes de sus actividades y ha implantado una estructura apta para registrar reclamaciones y ofrecer respuestas e informaciones a líderes y vecinos locales sobre las previsiones tomadas.	34.2.1 La empresa realiza estudios que muestran con la mayor comprensión posible sus impactos en las comunidades de entorno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.2.2 La empresa posee iniciativas que buscan eliminar impactos negativos para la población del entorno causados por cualquier proceso de producción, productos o servicios provistos por la organización.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	sí	no
La empresa cuenta con una política madura de relacionamiento con la comunidad del entorno, obligándose a comunicar en forma anticipada la ocurrencia de eventos críticos y cambios en su estructura de operación. Para ello, monitorea periódicamente el impacto en la comunidad y adopta medidas de mejora continua de su desempeño, manteniendo canales de diálogo abiertos, por medio de los cuales comunica los resultados de las consultas a las partes afectadas.	34.3.1 En su código de conducta y/o en su declaración de valores la empresa considera a la comunidad del entorno como una parte interesada clave.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.3.2 La empresa dispone de una política formalizada de relación con las comunidades del entorno de sus operaciones que la obliga a comunicar eventos críticos y cambios en la estructura de su operación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.3.3 La empresa monitorea periódicamente los indicadores de impacto en la comunidad y toma medidas para la mejora continua de su desempeño.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.3.4 La empresa mantiene uno o varios canales de diálogo con la comunidad y comunica los resultados de las consultas a las partes afectadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.3.5 La empresa capacita a sus empleados para que respeten los valores, conocimientos y prácticas tradicionales de la comunidad en la que actúan.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	sí	no
La empresa diversifica su actuación en la comunidad por la forma como se involucra en las cuestiones vinculadas a su desarrollo económico, social y/o cultural, como, por ejemplo, implementando mecanismos que minimicen los impactos en el tráfico generado por sus actividades; promoviendo mejoras en la infraestructura o ambiente local; empleando preferentemente mano de obra local en los puestos de trabajo generados; y, participando activamente de los debates sobre los problemas comunitarios y sus soluciones.	34.4.1 La empresa tiene mecanismos que minimizan el impacto del tráfico generado por todas sus actividades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.4.2 La empresa contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que pueden ser usufructuadas por la comunidad (viviendas, carreteras, escuelas, guarderías, hospitales, etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.4.3 La empresa tiende a emplear el mayor número de trabajadores locales, dándoles formación con los objetivos de aumentar los niveles de calificación de la mano de obra local.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.4.4 La empresa participa activamente de la discusión de problemas comunitarios y de la búsqueda de soluciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.4.5 La empresa mantiene su participación activa en instituciones que buscan invertir en el crecimiento y bienestar de la comunidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	sí	no
La empresa pone a disposición de la comunidad datos relevantes sobre su desempeño (económico, social y ambiental), además de ejercer influencia sobre su cadena de valor en base a una gestión participativa.	34.5.1 La empresa consulta y dialoga con las comunidades en cuanto a los términos y condiciones de los nuevos emprendimientos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	34.5.2 La empresa mantiene un comité con representantes de la empresa y de los vecinos de la comunidad, que se reúne regularmente, y cuyos temas de debate y decisiones se participan a la alta administración.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Compromiso con el Desarrollo de la Comunidad y Gestión de las Acciones Sociales

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa atiende a las demandas de inversión social y realiza acciones sociales de forma puntual y/o actúa en determinadas oportunidades en respuesta a requerimientos externos. Realiza acciones sociales de forma puntual utilizando incentivos fiscales en proyectos sociales o culturales.	35.1.1 La empresa realiza acciones sociales de forma puntual o actúa en determinadas oportunidades en respuesta a requerimientos externos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	35.1.2 La empresa utiliza recursos provenientes de incentivos fiscales para destinarlos a proyectos sociales y culturales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa mapea las necesidades de la comunidad del entorno en el que cuenta con operaciones; promueve e incentiva - a partir de las demandas y de los intereses de los empleados - el voluntariado; difunde los proyectos y programas estructurados de voluntariado; estimula continuamente la participación de los empleados ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y diseminando, en sus medios de comunicación, los resultados alcanzados.	35.2.1 La empresa cuenta con un área responsable del tratamiento del tema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	35.2.2 La empresa realiza diagnósticos para identificar posibles áreas de actuación en la comunidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	35.2.3 La empresa divulga internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario e incentivando la participación de los empleados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	35.2.4 La empresa mantiene un plan anual de inversiones sociales, aplicando criterios de selección y continuidad de proyectos de beneficio público.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	35.2.5 La empresa divulga sus proyectos en sus medios de comunicación, relatando los resultados obtenidos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa cuenta con política y procedimiento formal de inversión social privada, definiendo las áreas de inversión y el flujo de toma de decisiones; implementa y monitorea constantemente sus intervenciones mediante procesos de revisión de resultados; y rinde cuentas - a la comunidad y a los asociados - de las inversiones realizadas por medio de su reporte de sustentabilidad.	35.3.1 La empresa cuenta con un procedimiento formal o una política de inversión social privada, definiendo áreas de inversión y el flujo de toma de decisiones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	35.3.2 La empresa monitorea los impactos de su actuación en pro del desarrollo de la comunidad con indicadores y evalúa regularmente, los resultados de la inversión social.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	35.3.3 La empresa posee un programa de voluntariado estructurado y estimula a sus empleados a participar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	35.3.4 La empresa rinde cuenta de sus inversiones en la comunidad en su reporte o memoria de sustentabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	35.3.5 La empresa cuenta con un comité o grupo de empleados dedicado a la toma de decisiones y monitoreo de las inversiones sociales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa integra las intervenciones en la comunidad a su estrategia de negocio; amplía el impacto de su intervención social movilizando recursos de otras empresas o de organizaciones privadas y/o de organismos públicos. Además de eso, contribuye con programas y articulaciones duraderas que dan soporte a los miembros de la comunidad, principalmente a los menos favorecidos y más vulnerables, para generar negocios y cooperativas con vistas a la mejora de la productividad y la promoción del emprendedorismo. La empresa asume también iniciativas y/o fortalece la capacidad de oportunidades de los proveedores locales de contribuir con su cadena de valor, de modo de ampliar la capacidad de radicación de recursos financieros y la oportunidad de multiplicar los resultados positivos.	35.4.1 La empresa integra las intervenciones comunitarias con su estrategia de negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	35.4.2 La empresa optimiza el impacto de su intervención social movilizando recursos de otras empresas u organizaciones privadas y/o la participación de órganos públicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	35.4.3 La empresa contribuye con programas y asociaciones duraderas que den soporte a los miembros de la comunidad - principalmente a los menos favorecidos y más vulnerables- para generar negocios y cooperativas con vistas a la mejora de la productividad y la promoción del emprendedorismo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	35.4.4 La empresa promueve iniciativas y fortalece la capacidad y oportunidad de los proveedores locales para contribuir con cadenas de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa se empeña en contribuir al desarrollo de las comunidades o regiones en las que actúa, implantando programas institucionales orientados para el desarrollo de capacidades, la generación de renta, educación y capacitación que promueven modelos y herramientas replicables a otros contextos. La empresa se involucra igualmente con las partes interesadas, los medios de comunicación, y organismos competentes del gobierno o de la sociedad civil, además de articular con otras empresas a favor de la comunidad local.	35.5.1 Los programas gerenciados por la empresa se formalizan en programas institucionales, buscando el desarrollo de capacidades, la generación de renta, educación y capacitación, etc., que promueven modelos y herramientas replicables en otros contextos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	35.5.2 La empresa se articula con otras empresas en favor de la comunidad local o de la sociedad en general.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:</p>	<p><input type="radio"/> La empresa no se identifica en ningún estadio.</p>	<p><input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

Apoyo al Desarrollo de Proveedores

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa busca negociar con transparencia con los proveedores locales, estableciendo relaciones contractuales con base a criterios comerciales y formula definiciones corporativas para instituir categorías para proveedores locales.	36.1.1 Al negociar con proveedores locales, la empresa tiene como base solo criterios comerciales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.1.2 La empresa cuenta con una definición corporativa sobre categorización de proveedores locales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa da prioridad a los proveedores locales para hacer sus compras, adopta, junto con ellos, acciones con vistas al desarrollo técnico gerencial y respeta las cuestiones ligadas a la estacionalidad y a la capacidad de producción.	36.2.1 La empresa prioriza la relación de compra con proveedores locales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.2.2 La empresa promueve acciones conjuntas con los proveedores buscando su desarrollo técnico/gerencial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.2.3 La empresa respeta cuestiones relacionadas a la estacionalidad y capacidad de producción.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa estimula a la formación de redes y cooperativas de pequeños proveedores, ayudándolos a adecuarse a los nuevos patrones de abastecimiento, y adopta políticas que favorecen a aquellos que poseen certificación socioambiental.	36.3.1 La empresa cuenta con una política de compras establecida que favorece a los proveedores locales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.3.2 La empresa estimula la formación de redes y cooperativas de pequeños proveedores, ayudándolos a que se adecuen a los nuevos patrones de abastecimiento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.3.3 La política de compras favorece a proveedores que poseen certificación socioambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa mantiene relaciones duraderas con los proveedores que promueven y practican el Comercio Justo o pertenecen a la Economía Solidaria; mantiene relaciones permanentes con sus proveedores y busca apoyarlos en su compromiso, motivándolos a replicar las buenas prácticas en su cadena.	36.4.1 La empresa apoya a proveedores que practican y promueven el Comercio Justo o que pertenecen a la Economía Solidaria.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.4.2 La empresa busca mantener relaciones permanentes con sus proveedores, y así apoyarlos en su desarrollo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.4.3 La empresa motiva a sus proveedores a replicar las buenas prácticas que practican en su cadena.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa es referente en el sector por sus prácticas de apoyo al desarrollo del proveedor estimulándolo a que se comprometa en proyectos ambientales, incluso más allá de los límites de su negocio.	36.5.1 La empresa es referente en el mercado por sus prácticas de apoyo al desarrollo de proveedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.5.2 La empresa influencia y apoya al desarrollo de sus sub-contratados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.5.3 La empresa se compromete más allá de los límites de su negocio y actúa como voz activa en la transformación de las prácticas, buscando el desarrollo no solamente de los proveedores, sino también de la sociedad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	36.5.4 La empresa estimula a sus proveedores a que apoyen proyectos socioambientales locales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica en ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

DIMENSIÓN

AMBIENTAL



TEMA	MEDIO AMBIENTE La sociedad enfrenta actualmente muchos desafíos ambientales, entre los cuales se incluyen el agotamiento de los recursos naturales, la emisión de contaminantes, el cambio climático, la destrucción de hábitats, la extinción de especies y el colapso de los ecosistemas como un todo. Además de eso, otro problema importante que enfrenta la sociedad es el proceso de degradación, que deriva de la ocupación humana rural y urbana, o sea la antropización. A medida que la población mundial crece el consumo aumenta, y estos cambios se están convirtiendo en verdaderas y crecientes amenazas a la seguridad humana, la salud y el bienestar de la sociedad. Enfrentar esos problemas que, como se sabe, se interrelacionan en niveles locales, regionales y globales, exige un abordaje comprensivo, sistemático y colectivo.							
SUBTEMA	CAMBIOS CLIMÁTICOS Los impactos del cambio climático ejercen una gran influencia en el desarrollo de las empresas en el largo plazo. Por ese motivo, la sociedad cada vez más necesita adquirir una comprensión exhaustiva de esa problemática		GESTIÓN Y MONITOREO DE LOS IMPACTOS SOBRE LOS SERVICIOS ECOSISTÉMICOS Y LA BIODIVERSIDAD El tema ambiental está en la agenda de los principales medios de comunicación. Cada vez más se explicita la necesidad de que las empresas monitoreen la utilización de los recursos naturales, con vistas a su reducción. Otra tarea que se impone a ellas es gerenciar y mitigar los impactos que producen.			IMPACTOS CAUSADOS POR EL CONSUMO El consumo también es una fuente de residuos, en la medida que provoca impactos negativos en la cadena de valor. Pensando en el desarrollo sustentable, las empresas precisan preocuparse de los impactos causados por el consumo y por el descarte de sus productos, proponiendo medidas que desarrollen soluciones que lleguen hasta el fin del ciclo de vida de sus productos.		
INDICADOR	37 ACCIONES RELACIONADAS AL CAMBIO CLIMÁTICO Las empresas deberán adoptar medidas que promuevan la gestión de riesgos y oportunidades de negocio relacionadas con el cambio climático.	38 ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO Las empresas deben prepararse, para la implementación de acciones y medidas que confieran flexibilidad a su negocio, tornándose así, en aptas para enfrentar eventuales alteraciones de mercado como consecuencia del cambio climático.	39 SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL Las empresas deben obrar, desenvolverse y utilizar instrumentos capaces de ejecutar la gestión ambiental de todas sus operaciones.	40 PREVENCIÓN DE LA CONTAMINACIÓN Las empresas deben mejorar su desempeño en lo que atañe a la prevención y/o emisión de la contaminación atmosférica, visual y sonora, entre otras.	41 USO SUSTENTABLE DE LOS RECURSOS MATERIALES Las empresas deben patrocinar y desarrollar programas de eficiencia en el uso de materiales, con vista a la reducción de los impactos ambientales negativos que ese uso provoca.	42 USO SUSTENTABLE DE LOS RECURSOS: AGUA Las empresas deben promover el desarrollo de programas de eficiencia en el uso del agua, con vistas a la reducción del impacto ambiental que ese uso provoca.	46 IMPACTOS DEL TRANSPORTE, LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN La empresa debe comprender y generar los impactos sociales y ambientales negativos ocasionados por las actividades de transporte, logística y distribución de productos.	47 LOGÍSTICA REVERSA Las empresas deben implementar un Plan de Gerenciamiento de los residuos sólidos post consumo, que considere la no generación, la reducción, el reciclaje o el tratamiento y la disposición final de residuos sólidos de forma ambientalmente adecuada.
			43 USO SUSTENTABLE DE RECURSOS: ENERGÍA Las empresas deben patrocinar y desarrollar programas de eficiencia en el uso de la energía, con vistas a la reducción del impacto ambiental que ese uso provoca.	44 USO SUSTENTABLE DE LA BIODIVERSIDAD Y RESTAURACIÓN DE LOS HABITATS NATURALES Las empresas deben patrocinar y desarrollar programas de eficiencia en el uso y preservación de la biodiversidad, con vistas a promover la reducción del impacto ambiental que ese uso provoca.	45 EDUCACIÓN Y CONCIENCIACIÓN AMBIENTAL Las empresas deben patrocinar e implementar campañas, proyectos y programas educativos para sus empleados, para la comunidad y para públicos más amplios, de modo de difundir y ampliar la conciencia ambiental.			

Enfoque de Gestión de las Acciones Relacionadas con Cambio Climático

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no	
La empresa identifica los tipos de combustible que utiliza en sus operaciones y adopta medidas de control de las emisiones atmosféricas para cumplir con la legislación	37.1.1	La empresa cumple la legislación vigente con relación al control de las emisiones atmosféricas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.1.2	La empresa cuenta con un mapeo de los tipos de combustibles fósiles o no renovables, como carbón, diesel, gasolina, gas natural y otros que utiliza en su proceso productivo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.1.3	La empresa establece un mapeo de los tipos de combustibles renovables, como por ejemplo, etanol, hidrógeno, biomasa, u otros, que utiliza en su proceso productivo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no	
La empresa analiza e identifica la cantidad y los tipos de combustibles fósiles y no renovables, utilizados en sus operaciones y busca implementar acciones que reduzcan la liberación de emisiones nocivas a la atmósfera.	37.2.1	La empresa cuenta con un mapeo de la cantidad y tipo de combustibles fósiles y no renovables utilizado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.2.2	La empresa realiza el mapeo de la cantidad y tipo de combustibles renovables utilizados en sus operaciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.2.3	La empresa busca implementar acciones en sus operaciones que buscan reducir las emisiones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no	
La empresa identificó riesgos , actuales y futuros, relacionados con el cambio climático y con el potencial de generar alteraciones substanciales en sus negocios, facturación y gastos; reconociendo que los cambios climáticos están integrados a su estrategia de negocio. La empresa también firmó un compromiso de neutralizar la liberación de emisiones directas e indirectas de Gases Efecto Invernadero (Alcance 1 y 2 del GHG Protocol). Ella divulga los resultados de los inventarios realizados.	37.3.1	La empresa ha identificado riesgos relacionados con el cambio climático (actual y futuro) que tienen potencial de generar cambios sustanciales en sus negocios, facturación y gastos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.3.2	El cambio climático está integrado a su estrategia de negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.3.3	Las emisiones de dióxido de carbono secuestrado biológicamente son relevantes para su organización.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.3.4	La empresa realiza inventario de emisiones directas e indirectas, como por ejemplo, generación de electricidad, calor, vapor y otros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.3.5	La empresa posee iniciativas para neutralizar las emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.3.6	La empresa cuenta con la apertura de las emisiones de Alcance 1 y 2 por unidad de negocio y por por tipo de GEI.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.3.7	La empresa posee metas activas de reducción de emisiones (concluida, en curso o cumplimentada) en el año de referencia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.3.8	La empresa hace verificación /aseguramiento de las emisiones de Alcance 1 y 2.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.3.9	La empresa divulga públicamente los resultados de los inventarios realizados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no	
La empresa divulga el inventario de otras emisiones indirectas relevantes de Gases Efecto Invernadero GEI (Alcance 3 del GHG Protocol); y hace público ese inventario; establece metas y adopta medidas para la reducción de las emisiones junto a la cadena de abastecimiento. La alta administración cuenta con remuneración atada al cumplimiento de estas metas.	37.4.1	El uso de productos y servicios de la empresa permite evitar emisiones de terceras partes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.4.2	La empresa tiene métodos para direccionar inversiones en actividades vinculadas a la reducción de emisiones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.4.3	La empresa realiza el inventario de otras emisiones indirectas, por ejemplo, transporte de empleados y viajes de negocio, logística y transporte de productos, entre otros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.4.4	La empresa incentiva a la cadena de abastecimiento a adoptar medidas de reducción de GEI.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.4.5	El profesional encargado de las cuestiones referidas a cambio climático se encuentra en una posición elevada de responsabilidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.4.6	La alta administración de la empresa posee remuneración vinculada a las metas de reducción de GEI e impacto ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no	
La empresa es referente en el tema y ejerce influencia en su cadena de valor. Financia a alguna organización para promover públicamente iniciativas referidas al cambio climático; realiza evaluación de riesgos y oportunidades de negocios relacionados con el cambio climático; calcula financieramente los daños causados por los cambios climáticos para la organización y monitorea las externalidades de la cadena de valor en relación al cambio climático.	37.5.1	La empresa financia alguna organización para producir trabajos públicos sobre cambio climático.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.5.2	La empresa participa en actividades que pueden influenciar directa o indirectamente, políticas vinculadas a cambio climático.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.5.3	La empresa es reconocida por la excelencia de la gestión de emisiones GEI por el mercado siendo llamada para acciones de benchmark.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.5.4	La empresa realiza una evaluación de riesgos, impactos y oportunidades para el negocio relacionados al cambio climático.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.5.5	La empresa calcula financieramente, pérdidas y daños causado por el cambio climático para la organización.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	37.5.6	La empresa realiza asociaciones estratégicas con la cadena de valor para incentivar la minimización de emisiones GEI.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
37.5.7	La empresa monitorea las externalidades de la cadena de valor en relación al cambio climático.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa tiene conciencia de los impactos y perjuicios causados por los cambios climáticos, por ejemplo, pérdida de cultivos por exceso de lluvia; y cuenta con iniciativas para solucionar esos y otros problemas derivados de esos cambios.	38.1.1 La empresa tiene conciencia de los perjuicios a su negocio derivados de los impactos en el cambio climático, como pérdidas de cultivos por exceso o falta de lluvias.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	38.1.2 La empresa ya fue obligada a contar con iniciativas para solucionar los problemas causados por el cambio climático.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa cuenta con conocimiento sobre los impactos del cambio climático para su negocio.	38.2.1 La empresa busca conocer los posibles impactos en el cambio climático para su negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	38.2.2 La empresa cuenta con conocimiento relativo a los impactos de los cambios climáticos sobre el sector o región en la que actúa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa participa de sistemas de comercialización de las emisiones, dando origen a créditos de carbono basados en proyectos; o adquirió alguno en el periodo de referencia. Elabora estudios para mapear los impactos del cambio climático para su negocio; y utiliza esos análisis para direccionar su toma de decisión con vistas a minimizarlos.	38.3.1 La empresa participa de sistemas de comercialización de emisiones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	38.3.2 La empresa dio origen a cualquier crédito de carbono basados en proyectos o adquirió alguno dentro del periodo de la referencia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	38.3.3 La empresa realiza estudios para mapear los impactos del cambio climático en su negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	38.3.4 La empresa calcula posibles perjuicios causados por los impactos del cambio climático.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	38.3.5 La empresa utiliza los resultados de los análisis para direccionar su toma de decisión, a fin de minimizar los impactos del cambio climático para su negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa busca innovaciones que promuevan la mitigación de los impactos causados por el cambio climático a su negocio e incentiva y da apoyo a su cadena de proveedores con el propósito de que se adapte a los impactos causados por el cambio climático.	38.4.1 Las emisiones absolutas de la empresa (combinación del Alcance 1 y 2 del GHG Protocol) para el año de referencia varían significativamente en comparación con el año anterior.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	38.4.2 La empresa invierte en investigación para buscar mitigar los impactos del cambio climático en su negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	38.4.3 La empresa invierte en tecnologías para buscar mitigar los impactos del cambio climático en su negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	38.4.4 La empresa realiza acciones de apoyo e incentiva a su cadena de proveedores con vistas a una mayor adaptación a los impactos del cambio climático.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa es referente en esta cuestión, por sus prácticas e innovaciones con vistas a la mitigación de impactos causados por el cambio climático en su negocio. Y, con vistas a la promoción de cambios estratégicos, actúa con algún actor de su cadena de valor en lo que atañe a las emisiones GEI y clima. También la impulsa en el sector y en el mercado.	38.5.1 La empresa informa sobre las emisiones de Alcance 3 de GHG Protocol, de las siguientes fuentes: bienes y servicios adquiridos, combustible y energía de las actividades no incluidas en el Alcance 1 y 2, transporte y distribución, residuos producidos en operaciones, viajes de negocios, desplazamiento de empleados, transporte y distribución de salida, transformación de productos vendidos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	38.5.2 La empresa informa las emisiones de Alcance 3 de otras fuentes tales como: bienes de capital, importe de activos arrendados, inversiones, utilización de productos vendidos, tratamiento de residuos de operaciones, disposición final de productos al fin de su vida útil, u otros intermediarios de entrada y salida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	38.5.3 La empresa verifica/asegura las emisiones Alcance 3 de GHG Protocol.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	38.5.4 La empresa es reconocida por sus prácticas en relación a la mitigación de impactos sobre el cambio climático de su negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	38.5.5 La empresa se asocia con algún actor de su cadena de valor en relación al tema de las emisiones GEI y el clima, como adelanto a cambios estratégicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	38.5.6 La empresa motiva al sector y al mercado a realizar acciones preventivas, buscando mitigar los impactos por cambio climático.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Sistema de Gestión Ambiental

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	sí	no
La empresa cumple la legislación ambiental que norma cuestiones y aspectos ligados a su negocio e instruye a sus empleados en relación a los impactos ambientales negativos específicos de su actividad. Adopta medidas correctivas para los impactos negativos.	39.1.1 La empresa respeta las leyes ambientales relacionadas a su negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	39.1.2 La empresa alecciona a sus empleados en relación a los impactos ambientales negativos específicos de sus actividades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	39.1.3 La empresa adopta medidas correctivas de los impactos negativos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	sí	no
La empresa participa activamente de iniciativas del poder público relacionadas a su estrategia y se adecua rápidamente a nuevos acuerdos y reglas ambientales. También posee conocimiento sobre nuevas prácticas, lo que le permite implementar medidas de prevención y mitigación de impactos negativos.	39.2.1 La empresa participa activamente de iniciativas ambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	39.2.2 La empresa busca participar de las iniciativas del poder público que están relacionadas a su estrategia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	39.2.3 La empresa se adecua rápidamente a nuevos acuerdos y reglas ambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	sí	no
La empresa implementó un sistema de gestión formal que incluye monitoreo, reportando los principales indicadores de desempeño ambiental. Capacita a sus empleados en lo atinente a los impactos ambientales asociados a sus actividades. Elabora e implementa políticas ambientales y hace mapeo y mitigación de los impactos negativos. Divulga públicamente sus indicadores de desempeño ambiental.	39.3.1 La empresa capacita a sus empleados en relación a los impactos ambientales de sus actividades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	39.3.2 La empresa cuenta con una política ambiental y realiza mapeo y mitigación de los impactos negativos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	39.3.3 La empresa divulga públicamente sus indicadores de desempeño ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	39.3.4 La política ambiental de la empresa es avalada por la alta gerencia que se compromete en la mejora continua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	sí	no
El sistema de gestión de la empresa es auditado y certificado por terceras partes con base a patrones internacionales. Ese sistema involucra a las partes interesadas en la definición de medidas de mitigación de los impactos negativos, identificando oportunidades de mejora en sus procesos. La empresa aplica el Principio de Precaución.	39.4.1 La empresa desarrolla programas que tienen como objetivo la reducción de riesgos ambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	39.4.2 La empresa involucra a las partes interesadas en el proceso de definición de medidas de mitigación de impactos negativos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	39.4.3 La empresa posee un proceso estructurado de evaluación de sus resultados ambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	39.4.4 La empresa identifica oportunidades de mejora en los procesos de gestión ambiental por medio de evaluación de resultados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	39.4.5 La empresa aplica el Principio de Precaución.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	39.4.6 El sistema de gestión de la empresa es auditado y certificado por tercera parte, con base a patrones internacionales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	sí	no
La empresa es reconocida por el mercado por sus prácticas ambientales; estimula y monitorea, por medio de programas, el desempeño ambiental de su cadena de valor; y desarrolla iniciativas para apoyar la mejora de los aspectos ambientales.	39.5.1 La empresa es reconocida por sus prácticas ambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	39.5.2 La empresa monitorea el desempeño ambiental de su cadena de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	39.5.3 La empresa posee un programa de acompañamiento de su cadena de valor y desarrolla iniciativas para apoyar la mejora de los aspectos ambientales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	39.5.4 La empresa motiva al sector a mejorar el nivel de gestión ambiental e involucra, además de empresas, órganos gubernamentales en ese objetivo, cuando es aplicable.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no	
<p>La empresa identifica sus fuentes de contaminación (residuos, efluentes y emisiones atmosféricas); adopta medidas de control para atender a la legislación vigente, incluyendo el destino adecuado de los residuos peligrosos; cumple la legislación en lo que atañe a polución sonora y visual, emisiones de partículas y polvo.</p>	40.1.1	La empresa cumple la legislación de disposición adecuada de residuos, incluyendo los residuos peligrosos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	40.1.2	La empresa cumple la legislación de límites de emisiones y olores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	40.1.3	La empresa obedece la legislación relacionada con la polución sonora y visual.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	40.1.4	La empresa cumple la legislación relacionada a la emisión de partículas y polvo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no	
<p>La empresa adopta prácticas iniciales de prevención de la contaminación con foco en las 3R's: reducir, reutilizar y reciclar, o prácticas similares. Realiza campañas internas con vistas a capacitar a sus empleados en relación a contaminación y su prevención.</p>	40.2.1	La empresa cuenta con iniciativas o acciones de prevención de la contaminación con foco en las 3 Rs: reducir, reutilizar y reciclar, o similar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	40.2.2	La empresa realiza campañas internas buscando capacitar a sus empleados en relación a la contaminación y su prevención.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	40.2.3	La empresa cuenta con un canal de comunicación informal para la comunidad en relación a cuestiones de ruidos, polvo, olores y otros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no	
<p>La empresa implementa política de conducta ambiental que asegura los requisitos relacionados al tema en su operación; y se compromete con el control de la prevención de la contaminación. Realiza inversiones en tecnología focalizada en la eficiencia, por medio de adecuaciones en sus instalaciones, procesos y productos, buscando minimizar las fuentes contaminantes.</p>	40.3.1	La empresa cuenta con programas de prevención a la polución se basa en las 4 Rs: repensar, reducir, reutilizar y reciclar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	40.3.2	La empresa cuenta con una política de conducta ambiental que asegura requisitos relacionados al tema de su operación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	40.3.3	La empresa realiza evaluaciones de sus prácticas de reducción de la polución en sus procesos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	40.3.4	La empresa busca adoptar tecnologías que garantizan la reducción de la polución en sus procesos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	40.3.5	La empresa cuenta con acciones y responde a demandas de la comunidad de entorno con relación a los aspectos de la polución.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no	
<p>La empresa ha invertido en tecnologías de producción más limpia, con foco en la eficiencia, por medio de adecuaciones en las instalaciones, procesos y productos, con el propósito de minimizar o eliminar las fuentes contaminantes. Además de eso, motiva a su cadena de proveedores a participar en la prevención de la contaminación y también del proceso de implantación de una producción más limpia.</p>	40.4.1	La empresa realiza inversiones en el desarrollo de nuevas tecnologías de producción más limpia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	40.4.2	La empresa realiza inversiones en tecnología focalizada en la eficiencia por medio de adecuaciones en las instalaciones, procesos y productos para minimizar las fuentes contaminantes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	40.4.3	La empresa incentiva a su cadena de proveedores en la introducción de prácticas de prevención de la contaminación y el desarrollo de una producción más limpia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no	
<p>La empresa es reconocida por su excelencia en producción limpia y en la prevención de la contaminación, implantando por ejemplo, el control de los impactos de la polución en todo el ciclo de vida de sus productos y servicios. Además de eso, constantemente es consultada como benchmark por sus buenas prácticas en la promoción del tema.</p>	40.5.1	La empresa es reconocida por la excelencia en la producción más limpia y en la gestión de la prevención de la contaminación, siendo llamada para acciones de benchmark.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	40.5.2	La empresa realiza alianzas estratégicas con la cadena de valor para motivar a la realización de acciones de peso en la cadena de valor para una efectiva prevención de la contaminación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

<input type="radio"/> La empresa no se identifica con ningún estadio.	<input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:	
-----------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	--

Uso Sustentable de Recursos: Materiales

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
<p>Si alterar su patrón tecnológico, la empresa se aproxima a iniciativas puntuales que buscan la reducción del consumo de materiales, y la adquisición del tipo de insumos propuestos por la legislación y el cumplimiento de requisitos legales para destinación adecuada de residuos.</p>	41.1.1 La empresa realiza iniciativas puntuales para reducción de materiales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	41.1.2 La empresa cumple la legislación de destinación adecuada de residuos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	41.1.3 La empresa compra solamente insumos y productos legales, por ejemplo, madera legal, productos originales y otros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
<p>La empresa implementa prácticas de reducción del uso de materiales, promueve campañas con empleados para identificar oportunidades de reducción de impresiones y reutilización de materiales descartables, entre otros, buscando la disminución del consumo de materiales y la práctica de recolección selectiva en unidades y áreas de la organización.</p>	41.2.1 La empresa realiza campañas con los empleados, por ejemplo, reducción de impresiones, reutilización de vasos descartables, entre otros buscando la disminución del consumo de materiales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	41.2.2 La empresa realiza recolección selectiva de residuos en algunas unidades u otras áreas de la organización, por ejemplo en el área administrativa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
<p>La empresa tiene un proceso de monitoreo continuo tanto del consumo de materiales como de generación de residuos, implementando esfuerzos para reducir la intensidad del consumo de materiales por su operación.</p>	41.3.1 La empresa tiene indicadores para monitoreo continuo de su consumo de materiales, buscando su reducción.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	41.3.2 La empresa cuenta con indicadores para el monitoreo continuo de su generación de residuos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	41.3.3 La empresa tiene planes de acción formalizados para reducir el consumo de materiales y residuos generados por su operación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
<p>La empresa ha invertido en el desarrollo de nuevas tecnologías con foco en mejoras ambientales de su operación; aplica un plan de reducción de materiales como referencia para el desarrollo o reformulación de productos, remuneración y rendición de cuentas; hace análisis de reducción de costos operacionales, y vende o entrega residuos a empresas tercerizadas, que los utilizan como insumo en sus procesos.</p>	41.4.1 La empresa realiza inversiones en el desarrollo de nuevas tecnologías con foco en mejoras ambientales de su operación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	41.4.2 La empresa usa su plan de reducción de materiales como referencia para el desarrollo y reformulación de productos (Ej.: uso de nuevos materiales, sustitución por materiales renovables, entre otros) para ligarlo a la remuneración de empleados y rendición de cuentas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	41.4.3 La empresa vende o entrega residuos a terceras empresas, que los utilizan como insumo en sus procesos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
<p>La empresa establece metas e indicadores de reducción de consumo de materiales que deben ser considerados por su cadena de abastecimiento; establece alianzas con su cadena de valor para mitigar impactos negativos; monitorea las externalidades relacionadas al consumo de materiales y a la generación de residuos junto a la cadena de valor; e incluye el valor de las externalidades en la toma de decisiones.</p>	41.5.1 La empresa establece metas e indicadores de reducción del consumo de materiales que deben ser respetados y cumplidos por su cadena de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	41.5.2 La empresa realiza alianzas estratégicas con la cadena de valor para mitigar impactos negativos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	41.5.3 La empresa monitorea junto a la cadena de valor los beneficios y los impactos negativos causados por el consumo y por la generación de residuos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	41.5.4 La empresa calcula e incluye el valor de los beneficios o de sus impactos negativos en el proceso de toma de decisiones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
Sin alterar su patrón tecnológico, la empresa busca iniciativas para reducir el consumo de agua, respeta los límites de extracción establecidos por la legislación y/o auto establecidos; así como cumple los requisitos legales para el destino adecuado de los efluentes.	42.1.1 La empresa realiza iniciativas puntuales para la reducción del consumo de agua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	42.1.2 La empresa respeta los límites de extracción de agua y de autorregulación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	42.1.3 La empresa cumple la legislación de destino adecuado de efluentes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa adopta a prácticas de reducción del consumo de agua, promueve campañas con empleados para identificar oportunidades de reducción del consumo de agua y realiza acciones puntuales en algunas unidades/ áreas de la organización.	42.2.1 La empresa realiza campañas con empleados que buscan la disminución del consumo del agua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	42.2.2 La empresa realiza acciones en algunas unidades/áreas de la organización, en la administrativa (por ejemplo: el uso de sistemas temporizadores entre otros).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa tiene un proceso de monitoreo continuo del consumo del agua y generación de efluentes; y realiza esfuerzos para reducir la intensidad de los impactos negativos generados por sus procesos.	42.3.1 La empresa tiene indicadores para el monitoreo continuo de su consumo de agua, buscando su reducción.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	42.3.2 La empresa tiene indicadores para monitoreo continuo de su generación de efluentes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	42.3.3 La empresa tiene planes de acción formalizados para reducir el consumo del agua y la generación de efluentes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa ha invertido en el desarrollo de nuevas tecnologías con foco en la reducción del consumo de agua y usa su plan de reducción del consumo de agua como referencia para su desarrollo y reformulación de productos, remuneración y rendición de cuentas. Realiza inversiones para el reúso de agua o captación de agua de lluvia para ser utilizada en sus procesos.	42.4.1 La empresa realiza inversiones en el desarrollo de nuevas tecnologías, con foco en la reducción del consumo de agua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	42.4.2 La empresa usa su plan de reducción de consumo de agua como referencia para el desarrollo y reformulación de productos, remuneraciones de empleados y rendición de cuentas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	42.4.3 La empresa monitorea el consumo de agua y realiza análisis de reducción de costos operacionales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	42.4.4 La empresa realiza inversiones para reúso del agua o captación de agua de lluvia para ser utilizada en sus procesos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa establece metas e indicadores de reducción del consumo de agua, que deben ser respetados por su cadena de abastecimiento; establece alianzas con su cadena de valor buscando mitigar impactos negativos; monitorea las externalidades relacionadas al consumo de agua y generación de efluentes; incluye el valor de las externalidades en la toma de decisión.	42.5.1 La empresa establece metas e indicadores de reducción del consumo de agua que deben ser cumplidos por su cadena de abastecimiento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	42.5.2 La empresa realiza alianzas estratégicas con la cadena de valor para mitigar los impactos del consumo de agua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	42.5.3 La empresa monitorea junto a la cadena de valor los beneficios o impactos negativos derivados del consumo de agua, por ejemplo, en regiones con riesgo de estrés hídrico.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	42.5.4 La empresa calcula e incluye el valor de los beneficios o impactos negativos en su proceso de toma de decisión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:</p>	<p><input type="radio"/> La empresa no se identifica con ningún estadio.</p>	<p><input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

Uso Sustentable de Recursos: Energía

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
Sin alterar su patrón tecnológico, la empresa busca iniciativas para reducir el consumo de energía y cumple con los requisitos legales para controlar las emisiones atmosféricas.	43.1.1 La empresa realiza iniciativas puntuales de reducción del consumo de energía.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	43.1.2 La empresa cumple la legislación vigente para controlar las emisiones atmosféricas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa adopta la práctica de reducción del consumo de energía; realiza campañas con los empleados para identificar oportunidades para esa reducción; e implementa acciones puntuales en unidades/áreas de la organización con el objetivo de reconocer oportunidades de reducción del consumo de energía.	43.2.1 La empresa desarrolla campañas con empleados buscando la reducción del consumo de energía.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	43.2.2 La empresa realiza acciones en algunas unidades/áreas de la organización con el objetivo de reconocer oportunidades de reducción del consumo de energía.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa cuenta con un proceso de monitoreo continuo del consumo de energía directa e indirecta y realiza esfuerzos para reducir la intensidad de los impactos negativos generados por sus procesos.	43.3.1 La empresa cuenta con indicadores para el monitoreo continuo de su consumo de energía directa, buscando su reducción.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	43.3.2 La empresa cuenta con indicadores para el monitoreo continuo de su consumo de energía indirecta, buscando su reducción.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	43.3.3 La empresa tiene planes de acción formalizados para reducir el consumo de energía directa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	43.3.4 La empresa tiene planes de acción formalizados para reducir el consumo de energía indirecta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa ha invertido en nueva tecnología, con foco en la reducción del consumo de energía y en el uso de nuevas fuentes de energía renovables y limpias. Usa su plan de reducción de consumo energético como referencia para el desarrollo o reformulación de productos, remuneración y rendición de cuentas. Realiza análisis buscando la reducción de los costos operacionales y busca identificar oportunidades económicamente viables para la compra de residuos o de subproductos de la cadena de valor para utilizarlos como fuentes de energía.	43.4.1 La empresa realiza inversiones en el desarrollo de nueva tecnología con foco en la reducción del consumo energético.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	43.4.2 La empresa usa su plan de acción para la reducción del consumo de energía (directa e indirecta) como referencia para el desarrollo y reformulación de productos, remuneración de empleados, y rendición de cuentas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	43.4.3 La empresa promueve inversiones buscando evolucionar en el uso de nuevas fuentes de energía renovables y limpias.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	43.4.4 La empresa monitorea el consumo de energía (directa, indirecta y renovable) y realiza análisis buscando la reducción de costos operacionales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	43.4.5 La empresa realiza compra de residuos o de subproductos a terceras empresas para utilizarlos como fuente de energía en sus procesos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa cuenta con metas e indicadores de reducción del consumo de energía que deben ser cumplidas por su cadena de abastecimiento; establece alianzas con su cadena de valor para mitigar los impactos negativos; monitorea las externalidades relacionadas al consumo de energía en la cadena de valor; e incluye las externalidades en la toma de decisión.	43.5.1 La empresa establece metas e indicadores de reducción de consumo de energía (directa o indirecta) que deben ser cumplidos por su cadena de abastecimiento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	43.5.2 La empresa realiza alianzas estratégicas con la cadena de valor para mitigar los impactos negativos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	43.5.3 La empresa monitorea los beneficios y los impactos negativos derivados del consumo de energía de la cadena de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	43.5.4 La empresa incluye el valor de los beneficios u otros impactos negativos derivados de su proceso de toma de decisión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa cumple la legislación referente a la protección de la biodiversidad y a los hábitats naturales en tierras propias, arrendadas y/o por ella administradas, y atiende también a las condiciones establecidas por casos de concesiones de licencias ambientales.	44.1.1 La empresa cumple los requisitos de reserva legal, si es aplicable.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	44.1.2 La empresa cumple con los requisitos de protección de áreas naturales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	44.1.3 La empresa cumple las condiciones y estudios de impacto ambiental previos a la implantación de una operación, con relación a los aspectos de uso de la tierra y de la biodiversidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa mapea las actividades y operaciones que realiza sea en tierras propias, arrendadas, o por ella administradas que poseen alto índice de biodiversidad. La empresa busca implementar acciones para mitigar los impactos negativos y la degradación del suelo y de los hábitats naturales.	44.2.1 La empresa cuenta con un mapeo de las localidades de sus actividades, sean tierras propias, arrendadas o administradas que estén en áreas de alto índice de diversidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	44.2.2 La empresa busca implementar acciones que procuran la mitigación de los impactos negativos de la degradación del suelo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	44.2.3 La empresa busca implementar acciones que buscan la mitigación de los impactos negativos y de la degradación de hábitats naturales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa asume el compromiso, ante el otorgamiento de licencia ambiental, de elaborar una evaluación de los impactos significativos que sus actividades pueden causar en la biodiversidad y en los ecosistemas. Divulga esos estudios junto con el compromiso de prevenir, cuando sea posible, esos daños; y cuando no, recuperar el recurso sobre los que los impactos ocurren.	44.3.1 La empresa posee un compromiso formal y realiza la evaluación de impactos negativos significativos en la biodiversidad, por ejemplo, en la construcción de fábricas, en el uso de minas y en otras actividades que afecten o reduzcan especies, o que resulten en cambios en el hábitat, entre otros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	44.3.2 La empresa participa constantemente de foros y encuentros promovidos por partes interesadas representantes del medio ambiente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	44.3.3 La empresa divulga sus impactos y posee metas para mitigación de los impactos negativos en la biodiversidad de los ecosistemas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa formula estrategias y, en base a ellas, elabora planes para la gestión de la biodiversidad y de los recursos naturales, con foco en la restauración y conservación de hábitats de alta relevancia para los ecosistemas. Divulga las metas y medidas que adoptará con vistas a la minimización de los impactos negativos y, consecuentemente, a los daños. Además de eso, incentiva a la cadena de abastecimiento a orientar su gestión a la protección de los recursos naturales.	44.4.1 La empresa cuenta con planes para la gestión de la biodiversidad, con foco en la restauración y conservación de hábitats críticos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	44.4.2 La empresa divulga su estrategia de gestión de la diversidad o cuenta con certificación de la gestión de la biodiversidad (LIFE, UEBT, etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	44.4.3 La empresa cuenta con metas para la reducción de los impactos negativos en los hábitats naturales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	44.4.4 La empresa incentiva a su cadena de abastecimiento a realizar, talleres de capacitación y acciones de mitigación de impactos negativos en los hábitats naturales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	44.4.5 La empresa cuenta con un proceso de evaluación y mitigación de los impactos negativos por ella causados en el paisaje.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	44.4.6 La empresa cuenta con planes de gestión de la biodiversidad con foco en la restauración y conservación de hábitats críticos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
Evalúa los riesgos, los impactos y oportunidades para negocios relacionados a la biodiversidad y a los servicios ecosistémicos y participa de mecanismos de mercado para internalizar el costo de sus impactos negativos y crear valor económico para la organización.	44.5.1 La empresa realiza una evaluación de riesgos, impactos y oportunidades para el negocio relacionado con la biodiversidad y con los servicios ecosistémicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	44.5.2 La empresa busca internalizar los costos relacionados a los impactos negativos causados por su operación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	44.5.3 La empresa realiza alianzas estratégicas con la cadena de valor incentivando a la mitigación de impactos negativos en los hábitats naturales y ecosistemas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Educación y Concientización Ambiental

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa desarrolla acciones de educación ambiental y concientización de los empleados sobre esa temática, puntualmente o por presión externa (como exigencias del gobierno, crisis de abastecimientos, etc.).	45.1.1 La empresa realiza acciones internas de educación ambiental, por ejemplo, campañas para la reducción del consumo de energía.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.1.2 La empresa busca concientizar ambientalmente a su público interno informándolo de las buenas prácticas sobre el tema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.1.3 La empresa promueve eventos puntuales para promover la educación y la concientización ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa promueve el entrenamiento sobre educación ambiental enfocado al público interno, poniendo a disposición información y promoviendo debate.	45.2.1 La empresa promueve entrenamiento a los empleados sobre educación ambiental, buscando mayor compromiso y concientización del público interno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.2.2 La empresa cuenta con programas continuos de capacitación para los empleados en el tema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa elabora y divulga un programa anual de educación ambiental, desarrolla sistemáticamente actividades y aborda de forma transversal el tema en sus restantes entrenamientos y actividades, con el fin de generar cambios en la cultura de la organización.	45.3.1 La empresa cuenta con un programa continuo de educación y concientización ambiental, buscando el mayor compromiso del público interno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.3.2 La empresa trata obligatoriamente el tema de forma transversal en otros entrenamientos y actividades de la empresa, incluso en las capacitaciones de ingreso.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.3.3 La empresa aborda en sus entrenamientos o actividades los impactos de sus operaciones con foco a la innovación y su reducción, estimulando a todos a identificar propuestas de cambio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
Además de las campañas internas, la empresa desarrolla campañas de concientización y educación ambiental dirigidas a familiares de empleados, proveedores, consumidores y clientes y a la comunidad del entorno inmediato de la empresa.	45.4.1 La empresa aborda el tema en reuniones con proveedores y clientes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.4.2 La empresa realiza eventos de concientización y educación ambiental dirigidos a familiares, comunidad y otras partes interesadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa apoya proyectos educacionales activos en alianza con organizaciones no Gubernamentales y ambientalistas, ejerciendo liderazgo social a favor de esa causa.	45.5.1 La empresa participa en la formulación de políticas públicas relacionadas al tema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.5.2 La empresa apoya (financieramente o con ofrecimiento de estructura, por ejemplo) a escuelas locales y a ONG's en la promoción de la educación ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.5.3 La empresa es reconocida por el mercado por sus prácticas de educación ambiental, proveyendo materiales e información para otras partes interesadas, a fin de diseminar el tema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	45.5.4 La empresa estimula a su cadena de valor a realizar campañas, y talleres de concientización y educación ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Impactos de Transporte,
Logística y Distribución

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
En su flota propia de transporte, logística y distribución de productos y servicios, la empresa mantiene un sistema de control para evitar el riesgo de no cumplir las normas establecidas, incluyendo en él a los aspectos ambientales, sociales y de salud y seguridad del trabajo.	46.1.1 La empresa extiende su programa de salud y seguridad a sus empleados de transporte y logística.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	46.1.2 La empresa adhirió o cuenta con un programa de sensibilización (por ejemplo, para prevención de accidentes, eliminación de la explotación sexual infantil en las rutas, etc.) para sus empleados de transporte y logística.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	46.1.3 La empresa cuenta con iniciativas que permiten la comunicación, formal e informal, de eventuales no cumplimientos de normas o posibles riesgos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa toma - junto a sus socios en logística, transporte y distribución- la iniciativa de sensibilizar a los empleados que tienen funciones de responsabilidad en el apoyo de esas funciones, para prevenir daños en la salud y riesgos en la seguridad del medio ambiente donde se realizan las operaciones.	46.2.1 Por medio de herramientas contractuales, la empresa controla el cumplimiento de todas las normas y reglamentaciones por parte de sus socios en la logística y el transporte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	46.2.2 La empresa incentiva a sus proveedores de transporte a adherir a un programa de sensibilización (por ej.: para prevención de accidentes, eliminación de la explotación sexual infantil en las rutas, etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	46.2.3 La empresa incentiva a sus asociados de la cadena de logística a crear un programa de salud y seguridad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	46.2.4 La empresa mantiene un canal formal de comunicación con empleados, asociados, clientes y comunidad, por el cual los impactos negativos del transporte o los eventuales incumplimientos a las normas pueden ser informados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	46.2.5 La empresa implementa o incentiva a mejoras para la reducción del impacto ambiental en conjunto con sus asociados de logística (como calibrado de neumáticos, reciclaje de filtros en el caso de transportadores, etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa realiza procesos de gestión de todos los proveedores de su cadena de logística, que incluye evaluación de riesgos, procesos de control y mejora de desempeño, con foco en la reducción de los impactos sociales y ambientales negativos.	46.3.1 La empresa realizó un mapeo de los principales riesgos e impactos sociales y ambientales de su matriz de logística y elaboró un plan de mitigación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	46.3.2 La empresa asegura la conformidad legal de la subcontratación de servicios de transporte y logística, por medio de monitoreo, incluyendo mitigación de riesgos de ilegalidad o informalidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	46.3.3 La empresa monitorea el desempeño de sus asociados de forma regular y apoya medidas de reducción de impactos ambientales y sociales siempre que resulte viable.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa controla su impacto a largo plazo de la cadena de distribución, incluyendo a sus asociados de logística, transporte y distribución en su política, reduciendo sus impactos sociales y ambientales por medio de cambios y mejoras en los procesos, equipamientos o en innovación tecnológica.	46.4.1 La empresa consigue que, por medio de incentivos a los empleados, se reduzca el impacto, del transporte de los empleados, usando transportes alternativos o colectivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	46.4.2 La empresa cuenta con indicadores de desempeño ambientales y de salud y seguridad para sus asociados en logística y transporte, y crea incentivos para los asociados con más prácticas sustentables.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	46.4.3 La empresa promueve estudios para identificación de medidas para reducción del consumo de combustibles y de emisiones de GEI, con base a reorganización de rutas, cambios tecnológicos, y sensibilización de los asociados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	46.4.4 La empresa realizó el inventario de emisiones de carbono de más del 50% de su cadena de transporte, almacenamiento y distribución (Alcance 3 del GHG Protocol).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	46.4.5 La empresa ya consigue demostrar una reducción de la huella de carbono en su cadena de logística en su reporte anual de sustentabilidad o en otros medios de prestación de cuentas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
Luego del análisis basado en criterios de sustentabilidad y eficiencia, la empresa cambió su matriz logística de forma significativa, creando un modelo de operación que se tornó en orientador para su sector y otras empresas, buscando soluciones sustentables en esa área.	46.5.1 La empresa realizó un análisis completo de su matriz logística, mapeando y mensurando todos los impactos sociales y ambientales creados por su operación downstream y upstream.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	46.5.2 La empresa optó por cambiar su modelo de distribución, dotando de nuevas tecnologías disponibles y creando nuevas soluciones con impacto reducido en el medio ambiente y la comunidad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	46.5.3 A los medios y a las asociaciones sectoriales, la empresa ha servido como benchmark y recibe reconocimiento por sus prácticas innovadoras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	46.5.4 Por medio de indicadores, la empresa demuestra el valor adicional y el pasivo reducido que resulta de su matriz innovadora de logística.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:

La empresa no se identifica con ningún estadio.

Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:

Logística Reversa

ESTADIO 1	CUMPLIMIENTO Y/O TRATAMIENTO INICIAL	si	no
La empresa comenzó a analizar su proceso productivo y parte de su cadena de abastecimiento desde la perspectiva de la gestión de residuos sólidos y logística reversa y estructuró un plan de cumplimiento del marco legal.	47.1.1 La empresa tomó conocimiento y analizó la aplicabilidad de la legislación de residuos sólidos (municipal, provincial y nacional), identificó los requisitos aplicables referentes a logística reversa y creó un plan de acción para atenderlo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	47.1.2 Además de haber comenzado a implementar un plan para atender los requisitos legales de la logística reversa, ya tiene implementado un sistema de recolección de residuos peligrosos y analizó sus principales desafíos para recolección y reciclaje de otros materiales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 2	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS	si	no
La empresa involucra a sus distribuidores y asociados en la solución de la logística reversa y participa activamente de grupos de trabajo intersectoriales o de asociaciones que procuran orientación y soluciones que faciliten la logística reversa.	47.2.1 La empresa mapeo y/o contrató a asociados para destinar sus residuos de productos, como cooperativas de cartoneros, u otras empresas de procesamiento de residuos/partes usadas, y ya identificó la necesidad de desarrollar ese tipo de asociados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	47.2.2 La empresa participa activamente de reuniones o grupos de trabajo a nivel sectorial o en diferentes esferas políticas que tratan el tema buscando encontrar soluciones prácticas para el sector.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS DE GESTIÓN	si	no
La empresa opera un sistema de gestión de residuos sólidos basado en la logística reversa para partes de sus productos y monitorea los resultados con indicadores clave de desempeño (KPIs). Además de eso, sensibilizó a sus clientes y consumidores sobre la cuestión, incentivándolos a adoptar las prácticas de devolución y reúso.	47.3.1 La empresa instaló la estructura para operar la logística reversa junto con sus asociados comerciales y está operando en parte aunque no en el total de las regiones en donde comercializa sus productos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	47.3.2 Además de desarrollar a sus asociados para el destino correcto de los residuos recolectados, la empresa comprometió y comenzó a adecuar a otros asociados de la cadena de valor, como distribuidores, transportistas, etc. en su plan de trabajo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	47.3.3 La empresa mantiene indicadores que permiten mensurar el flujo de los residuos y los resultados de la logística reversa, usando el sistema de balance de masas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	47.3.4 La empresa lanzó medidas para incentivar y sensibilizar al consumidor a cumplir su papel de reciclar los residuos generados retornándolos a la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 4	EFICIENCIA	si	no
La empresa consiguió establecer un sistema que permite comprender a la entera gama de productos dentro del sistema de logística reversa y consiguió reintegrar los residuos del ciclo de producción, generando impactos ambientales menores y reduciendo el costo de materiales e insumos.	47.4.1 Por medio de la logística reversa, la empresa consiguió demostrar una reducción de costos e insumos significativos de sus costos de operación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	47.4.2 La empresa mantiene una infraestructura que garantiza la operación de logística reversa en toda el área geográfica de venta de sus productos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	47.4.3 La empresa hace reúso de su material recogido en la producción dentro del máximo permitido por las reglamentaciones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTADIO 5	PROTAGONISMO	si	no
La empresa se destaca por tener un sistema de impacto igual o próximo a cero en su relación a la generación de residuos e invierte en investigaciones o creó innovaciones que tienen por objetivo evitar al máximo el uso de nuevos recursos, utilizando solamente materiales originados en el reciclaje de productos.	47.5.1 La empresa implementó con suceso un programa de impacto cero (evita generar residuos y, si los genera, recoge el 100% de sus residuos generados).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	47.5.2 La empresa es vista como ejemplo para el sector y sirve de inspiración para el cambio en otras empresas y estimula el mercado de la logística reversa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	47.5.3 La empresa fue importante en la formación de regulación de la logística reversa en sus más diferentes esferas de legislación (principalmente municipal).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>La empresa tiene una práctica que no está contemplada en estas cuestiones binarias que justifica la selección de un estadio? En caso positivo, describir:</p>	<p><input type="radio"/> La empresa no se identifica con ningún estadio.</p>	<p><input type="radio"/> Este indicador no tiene aplicación en la empresa. Justificar:</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

CUANTITATIVOS

Con la intención de promover mayor convergencia entre diferentes iniciativas de RSE/ Sustentabilidad, las cuestiones cuantitativas de los Indicadores Ethos para Negocios Sustentables y Responsables están basadas, en gran parte, en las Directrices G4 para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad de Global Reporting Initiative (GRI).

La respuesta a estas cuestiones es opcional, aunque la recomendamos, porque captan, de forma objetiva, el desempeño de su empresa sobre las cuestiones presentadas a lo largo de todo el cuestionario.

Las cuestiones cuantitativas estarán disponibles para ser completadas por las empresas luego de aplicar a los Indicadores Ethos/IARSE, en el módulo de Planeamiento.

CONTENIDO DE LAS CUESTIONES CUANTITATIVAS

N°	CUESTION CUANTITATIVA	MEDIDA	AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q2.3	Resultados a distribuir	\$ mil			
Q5.2	Porcentaje de Consejeros independientes en el Consejo de Administración	%			

Visión y Estrategia

02 PROPUESTA DE VALOR

Indicador GRI relacionado: G4-EC1

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q2.1 Ingresos (ventas directas más ingresos provenientes de inversiones financieras y venta de activos)	\$ mil			
Q2.2 Costos operacionales (pagos a proveedores, inversiones no estratégicas, royalties y gastos de gestión)	\$ mil			
Q2.3 Valor económico agregado a distribuir (E.V.A.)	\$ mil			
Q2.4 Salarios y beneficios a los empleados (total de la nómina de pagos a empleados, actuales y compromisos a futuro devengados)	\$ mil			
Q2.5 Pagos a proveedores de capital (todos los pagos financieros hechos a proveedores de capital de la organización)	\$ mil			
Q2.6 Pagos al gobierno (impuestos brutos)	\$ mil			
Q2.7 Pagos a los accionistas (distribución de dividendos, etc.)	\$ mil			
Q2.8 Retenido	\$ mil			
Q2.9 Inversiones en la comunidad (contribuciones voluntarias e inversiones en fondos de la comunidad como un todo – incluye donaciones)	\$ mil			
Q2.10 Valor económico acumulado (inversiones, hipotecas, etc.)	\$ mil			

Item Indicadores GRI relacionados: sin referencia directa

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q2.11 Porcentaje de productos/servicios ofrecidos dirigidos a la inclusión social	%			

03 MODELO DE NEGOCIOS

Indicador GRI relacionado: G4-EC4

Valor total de asistencia financiera recibida del gobierno, que incluya:

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q3.1 Incentivos fiscales/créditos	\$ mil			
Q3.2 Subsidios	\$ mil			
Q3.3 Subvenciones para inversiones, investigación y desarrollo y otros tipos relevantes de concesiones	\$ mil			
Q3.4 Premios	\$ mil			
Q3.5 Diferimientos de pagos de royalties. (Incentivos que retardan el pago de royalties)	\$ mil			
Q3.6 Ayudas financieras de Agencias de Crédito para Exportaciones	\$ mil			
Q3.7 Incentivos financieros	\$ mil			
Q3.8 Otros beneficios financieros recibidos o a recibir de cualquier gobierno para cualquier operación	\$ mil			

Gobierno Corporativo y Gestión

Gobierno Corporativo > Gobernabilidad y Conducta

05 GOBIERNO CORPORATIVO

Indicadores GRI relacionados: G4-38; G4-LA12

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q5.1 Número de Miembros del Consejo de Administración	Unidad			
Q5.2 Porcentaje de consejeros independientes en el Consejo de Administración	%			
Q5.3 Porcentaje de consejeros externos en el Consejo de Administración	%			
Q5.4 Número de ejecutivos de la empresa que integran el Consejo de Administración	Unidad			
Q5.5 Miembros participantes representantes de grupos sociales sub-representados	Unidad			

Prácticas de Operación y Gestión > Competencia Leal

11 COMPETENCIA LEAL

Indicadores GRI relacionados: G4-S07; G4-S08

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q11.1 Número total de acciones judiciales por competencia desleal, prácticas trust y monopolio y sus resultados	Unidad			
Q11.2 Valor monetario de multas resultantes de la no conformidad con leyes y reglamentos de relaciones con la competencia	\$ mil			
Q11.3 Número total de sanciones no monetarias resultantes de la no conformidad con leyes y reglamentos de relaciones con la competencia	Unidad			

Prácticas de Operación y Gestión > Prácticas Anticorrupción

12 PRÁCTICAS ANTICORRUPCIÓN

Indicadores GRI relacionados: G4-HR3; G4-S03; G4-S04; G4-S05

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q12.1 Número total de operaciones que fueron sometidas a evaluaciones de riesgos relacionados a la corrupción	Unidad			
Q12.2 Porcentaje de las unidades de negocio/áreas que fueron sometidas a evaluaciones de riesgos relacionados con la corrupción	%			
Q12.3 Número total de miembros del gobierno corporativo que recibieron información sobre políticas y procedimientos anticorrupción, por región	Unidad			
Q12.4 Porcentaje total de miembros del gobierno corporativo que recibieron información sobre políticas y procedimientos anticorrupción, por región	%			
Q12.5 Número total de empleados que recibieron información sobre políticas y procedimientos anticorrupción, por cargo y región	Unidad			
Q12.6 Porcentaje de empleados que recibieron información sobre políticas y procedimientos anticorrupción, por cargo y región	%			
Q12.7 Número total de asociados en el negocio que recibieron información sobre políticas y procedimientos anticorrupción, por tipo de socio y por región	Unidad			
Q12.8 Porcentaje de asociados en el negocio que recibieron información sobre políticas y procedimientos anticorrupción, por tipo de socio y por región	%			
Q12.9 Número total de miembros del gobierno corporativo que recibieron entrenamiento anticorrupción, por región	Unidad			

Gobierno Corporativo y Gestión

Prácticas de Operación y Gestión > Prácticas Anticorrupción

12 PRÁCTICAS ANTICORRUPCIÓN (CONTINUACIÓN)

Indicadores GRI relacionados: G4-HR3; G4-SO3; G4-SO4; G4-SO5

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q12.10 Porcentaje de miembros del gobierno corporativo que recibieron entrenamiento anticorrupción, por región	%			
Q12.11 Número total de empleados que recibieron entrenamiento anticorrupción, por cargo y región	Unidad			
Q12.12 Porcentaje de empleados que recibieron entrenamiento anticorrupción	%			
Q12.13 Número de empleados sancionados por corrupción	Unidad			
Q12.14 Número total de incidentes de corrupción confirmados	Unidad			
Q12.15 Número total de incidentes confirmados en los cuales se ha despedido o sancionado a empleados	Unidad			
Q12.16 Número total de incidentes confirmados en los cuales se dieron de baja o no se renovó contratos con asociados debido a violaciones relacionadas con corrupción	Unidad			
Q12.17 Número de contratos con asociados y proveedores que no se renovaron debido a violaciones relacionadas con corrupción	Unidad			

Prácticas de Operación y Gestión > Participación Política Responsable

13 CONTRIBUCIONES PARA CAMPAÑAS POLÍTICAS

Indicador GRI relacionado: G4-SO6

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q13.1 Valor total distribuido en contribuciones para campañas políticas realizadas	\$ mil			

Prácticas de Operación y Gestión > Participación Política Responsable

14 PARTICIPACIÓN EN EL DESARROLLO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

Indicador GRI relacionado: SO11

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
14.1 Número total de reclamos de impacto social, dirigidas y resueltas por medio de mecanismos formales de respuesta	Unidad			
14.2 Valor total aportado para apoyo al desarrollo de políticas públicas	\$			
14.3 Número de políticas públicas que tuvieron participación de la empresa	Unidad			

17 SISTEMA DE GESTIÓN DE PROVEEDORES

Indicadores GRI relacionados: G4-EN32; G4-LA14; G4-HR10;

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q17.1 Porcentaje de contratos con proveedores que poseen cláusulas socioambientales	%			
Q17.2 Porcentaje de proveedores que fueron seleccionados por criterios ambientales	%			
Q17.3 Número de proveedores sujetos a evaluaciones de impactos ambientales	Unidad			
Q17.4 Número de proveedores que poseen potencial impacto negativo	Unidad			
Q17.5 Porcentaje de proveedores identificados como poseedores de potencial impacto ambiental negativo con los cuales se acordaron entre las partes mejoras como resultado de auditoría	%			
Q17.6 Porcentaje de proveedores identificados como poseedores de potencial impacto ambiental negativo cuyos contratos fueron cancelados como resultado de auditoría	%			
Q17.7 Porcentaje de proveedores que fueron seleccionados por criterios de prácticas laborales	%			
Q17.8 Porcentual de proveedores que no fueron seleccionados por sus criterios en prácticas laborales	%			
Q17.9 Número de proveedores sujetos a evaluación de impactos en prácticas laborales	Unidad			
Q17.10 Número de proveedores que poseen impacto potencial negativo en sus prácticas laborales	Unidad			
Q17.11 Porcentaje de proveedores identificados como poseedores de impacto negativo en prácticas laborales cuyas mejoras fueron acordadas entre las partes como resultado de auditoría	%			
Q17.12 Porcentaje de proveedores identificados como poseedores de impacto negativo en prácticas laborales cuyos contratos fueron cancelados como resultado de auditoría	%			
Q17.13 Porcentaje de proveedores que fueron seleccionados por criterios de derechos humanos	%			
Q17.14 Número de proveedores sujetos a evaluaciones de impactos en derechos humanos	Unidad			
Q17.15 Número de proveedores que poseen potencial impacto negativo en los derechos humanos	Unidad			
Q17.16 Porcentaje de proveedores identificados como poseedores de impacto negativo en derechos humanos cuyas mejoras fueron acordadas entre las partes como resultado de auditoría	%			
Q17.17 Porcentaje de proveedores identificados como poseedores de impacto negativo en derechos humanos cuyos contratos fueron cancelados como resultado de auditoría	%			
Q17.18 Porcentaje de proveedores que fueron seleccionados por criterios de impacto sociales	%			
Q17.19 Número de proveedores sujetos a evaluaciones de impactos sociales	Unidad			
Q17.20 Número de proveedores que poseen potencial impacto social negativo	Unidad			
Q17.21 Porcentaje de proveedores identificados como poseedores de impacto social negativo cuyas mejoras fueron acordadas entre las partes como resultado de auditoría	%			
Q17.22 Porcentaje de proveedores identificados como poseedores de impacto social negativo cuyos contratos se cancelaron como resultado de auditoría	%			

Derechos Humanos > Situaciones de Riesgo para los Derechos Humanos

20 MONITOREO DE LOS IMPACTOS DEL NEGOCIO EN LOS DERECHOS HUMANOS

Indicadores GRI relacionados: G4-HR1; G4-HR2; G4-HR3; G4-HR7; G4-HR8; G4-HR9; G4-HR12

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q20.1 Número total de acuerdos y contratos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que están sujetos a evaluación en derechos humanos	Unidad			
Q20.2 Porcentaje de acuerdos y contratos que incluyen cláusulas de derechos humanos y que están sujetos a evaluación en derechos humanos	%			
Q20.3 Total de horas de entrenamiento en políticas y procedimientos que se relacionan a aspectos de derechos humanos relevantes para las operaciones de la empresa	Unidad			
Q20.4 Número total de casos de discriminación	Unidad			
Q20.5 Número total de acciones correctivas en casos de discriminación	Unidad			
Q20.6 Porcentaje de empleados de seguridad entrenados en políticas y procedimientos de derechos humanos de la empresa	%			
Q20.7 Número total de casos de violación de derechos humanos que tienen que ver con los pueblos indígenas	Unidad			
Q20.8 Número total de acciones correctivas a los casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas	Unidad			
Q20.9 Número total de operaciones o áreas sometidas a análisis y evaluación de impacto sobre los derechos humanos	Unidad			
Q20.10 Porcentaje de operaciones o áreas sometidas a análisis y evaluación de impacto sobre los derechos humanos	%			

Derechos Humanos > Situaciones de Riesgo para los Derechos Humanos

21 TRABAJO INFANTIL EN LA CADENA ABASTECIMIENTO

Indicador GRI relacionado: G4-HR5

Operaciones o áreas identificadas como de riesgo significativo en casos de:

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q21.1 Trabajo infantil	Unidad			
Q21.2 Trabajadores jóvenes expuestos a trabajos peligrosos	Unidad			

Proveedores considerados de riesgo significativo en casos de:

Q21.3 Trabajo infantil	Unidad			
Q21.4 Trabajadores jóvenes expuestos a trabajos peligrosos	Unidad			

Derechos Humanos > Situaciones de riesgo para los Derechos Humanos

22 TRABAJO FORZADO (O ANÁLOGO AL ESCLAVO) EN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO

Indicador GRI relacionado: G4-HR6

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q22.1 Operaciones o áreas identificadas como de riesgo significativo de ocurrencia de trabajo forzado o análogo al esclavo	Unidad			
Q22.2 Proveedores identificados como de riesgo significativo de ocurrencia de trabajo forzado o análogo al esclavo	Unidad			

23 PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD Y LA IGUALDAD

Indicadores GRI relacionados: G4-LA3; G4-LA12; G4-LA13; G4-HR3

Empleados por categoría, de acuerdo al género, franja etaria, minorías y otros indicadores de diversidad:	En relación al total de empleados	AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q23.1 Mujeres correspondientes a minorías étnicas	%			
Q23.2 Hombres correspondientes a minorías étnicas	%			
Q23.3 Hasta 30 años	%			
Q23.4 Entre 30 -50 años	%			
Q23.5 Encima de 50 años	%			
Q 23.6 Encima de 45 años	%			
Q 23.7 Personas con capacidades diferentes	%			

Proporción del salario base y remuneración entre mujeres y hombres, por categoría funcional, por unidades operacionales significativas:

Q23.8 Salario base de mujeres y hombres	%			
Q23.9 Directores	%			
Q23.10 Gerencias	%			
Q23.11 Administrativos	%			
Q23.12 Producción	%			
Q23.13 Pasantes	%			
Q23.14 Aprendices	%			
Q23.15 Temporarios	%			

Q23.16 Número total de casos de discriminación registrados en el período	Unidad			
Q23.17 Número total de empleadas con licencia con maternidad	Unidad			
Q23.18 Número total de empleadas que retornaron al trabajo después de finalizar la licencia por maternidad	Unidad			
Q23.19 Número total de empleadas que retornaron de la licencia por maternidad que continúan con sus empleos a doce meses de su retorno	Unidad			
Q23.20 Tasa de retención de empleados que tomaron licencia por maternidad	Unidad			

Social

Prácticas de Trabajo > Relaciones de Trabajo

24 RELACIÓN CON LOS TRABAJADORES (EFECTIVOS, TERCIALIZADOS, TEMPORALES O A TIEMPO PARCIAL)

Indicador GRI relacionado: G4-10

Número total de empleados efectivos:

AÑO-2

AÑO-1

AÑO ACTUAL

Q24.1 Mujeres	Unidad			
Q24.2 Hombres	Unidad			

Número total de tercerizados o temporarios de la empresa:

Q24.3 Mujeres	Unidad			
Q 24.4 Hombres	Unidad			

Número total de funcionarios:

Q24.5 Mujeres	Unidad			
Q24.6 Hombres	Unidad			
Q24.7 Número total de reclamos sobre prácticas laborales presentadas, dirigidas y resueltas por medio de mecanismos formales de reclamo	Unidad			

Prácticas de Trabajo > Relaciones de Trabajo

25 RELACIONES CON SINDICATOS

Indicadores GRI relacionados: G4-LA11; G4-HR4

AÑO-2

AÑO-1

AÑO ACTUAL

Q25.1 Porcentaje de empleados alcanzados por acuerdos de negociación colectiva	%			
--------------------------------------------------------------------------------	---	--	--	--

Prácticas de Trabajo > Desarrollo Humano, Beneficios y Entrenamiento

26 REMUNERACIÓN Y BENEFICIOS

Indicador GRI relacionado: G4-EC5

AÑO-2

AÑO-1

AÑO ACTUAL

Q 26.1 Proporción del pasivo laboral en relación al total de remuneraciones	%			
Q 26.2 Variación proporcional entre el menor y el mayor salario total	%			
Q26.3 Variación salarial - mujeres	%			
Q26.4 Variación salarial - hombres	%			

27 COMPROMISO CON EL DESARROLLO PROFESIONAL

Indicadores GRI relacionados: G4-LA9; G4-LA10

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q27.1	Media de horas de entrenamiento por empleado	Horas		
Q27.2	Media de horas de entrenamiento por empleadas (mujeres)	Horas		
Q27.3	Media de horas de entrenamiento por empleados (hombres)	Horas		
Media de horas de entrenamiento por empleados por categoría:				
Q27.4	Aprendices	Horas		
Q27.5	Directorio	Horas		
Q27.6	Pasantes	Horas		
Q27.7	Gerencia	Horas		
Q27.8	Producción	Horas		
Q27.9	Practicantes	Horas		
Q 27.10	Porcentaje de empleados que recibieron entrenamientos regulares en el período	%		
Q 27.11	Porcentaje de empleados que recibieron análisis de desarrollo de carrera en el período	%		

28 COMPORTAMIENTO FRENTE A DESPIDOS Y EMPLEABILIDAD

Indicadores GRI relacionados: G4-LA1; G4-LA16

Tasa de rotación		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q28.1	Mujeres	%		
Q28.2	Hasta 30 años	%		
Q28.3	Entre 30 -50 años	%		
Q28.4	De más de 50 años	%		
Q28.5	Hombres	%		
Q28.6	Hasta 30 años	%		
Q28.7	Entre 30 -50 años	%		
Q28.8	De más de 50 años	%		

29 SALUD Y SEGURIDAD DE LOS EMPLEADOS

Indicador GRI relacionado: G4-LA6

Mujeres		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q29.1	Tasa de accidentes	%		
Q29.2	Tasa de enfermedades profesionales	%		
Q29.3	Tasa de días perdidos	%		
Q29.4	Tasa de ausentismo	%		
Q29.5	Tasa de mortalidad	%		
Hombres				
Q29.6	Tasa de accidentes	%		
Q29.7	Tasa de enfermedades profesionales	%		
Q29.8	Tasa de días perdidos	%		
Q29.9	Tasa de ausentismo	%		
Q29.10	Tasa de mortalidad	%		

Cuestiones Relativas al Consumidor > Respeto al Derecho del Consumidor

31 RELACIÓN CON EL CONSUMIDOR

Indicadores GRI relacionados: G4-PR5; G4-PR7; G4-PR8; G4-PR9

Número total de casos de no conformidad con regulaciones y códigos voluntarios, considerando comunicaciones de marketing, propagandas, promociones y patrocinios, y por tipo:

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q31.1 Casos de no conformidad que resultaron en multas o penalidades	Unidad			
Q31.2 Casos de no conformidad que resultaron en advertencias	Unidad			
Q31.3 Casos de no conformidad con códigos voluntarios	Unidad			
Q31.4 Número de reclamos de productos/servicios registrados en los períodos	Unidad			
Q31.5 Número total de reclamos comprobados relativos a la violación de la privacidad y pérdida de datos de clientes	Unidad			
Q31.6 Satisfacción del cliente medida por consulta	%			

Cuestiones Relativas al Consumidor > Respeto al Derecho del Consumidor

32 IMPACTO DERIVADO DEL USO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Indicadores GRI relacionados: G4-PR1; G4-PR2; G4-PR5

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
32.1 Porcentaje de productos y servicios sometidos a evaluación de impactos en la salud y seguridad para mejorar	%			
Número total de casos de no conformidad con regulaciones o códigos voluntarios referentes a impactos en la salud y seguridad de productos y servicios en su ciclo de vida y por tipo:				
Q32.2 Casos de no conformidad con regulaciones que resultaron en multas o penalidades	Unidad			
Q32.3 Casos de no conformidad con regulaciones que resultaron en multas o penalidades	Unidad			
Q32.4 Casos de no conformidad con códigos o pautas de adhesión voluntarios	Unidad			
Q32.5 Valor monetario de multas por no conformidad con leyes y regulaciones referentes al suministro y uso de productos y servicios	\$ mil			

Cuestiones Relativas al Consumidor > Consumo Consciente

33 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN RESPONSABLE Y EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO CONSCIENTE

Indicadores GRI relacionados: G4-PR4; G4-PR7

Número total de casos de no conformidad relativos a la comunicación y marketing:

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q33.1 Que resultaron en multa o penalidad	Unidad			
Q33.2 Que resultaron en advertencia	Unidad			
Q33.3 No conformidad con códigos o pautas de adhesión voluntarios	Unidad			
Número total de casos de no conformidad relativa a rótulos de productos:				
Q33.4 Que resultaron en multa o penalidad	Unidad			
Q33.5 Que resultaron en advertencia	Unidad			
Q33.6 No conformidad con códigos voluntarios	Unidad			

34 GESTIÓN DE LOS IMPACTOS DE LA EMPRESA EN LA COMUNIDAD

Indicador GRI relacionado: G4-S01

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q34.1 Porcentaje de las operaciones con participación de la comunidad local, en evaluaciones de impacto y desarrollo de programas	%			
Q34.2 Número de operaciones o áreas con potencial impacto negativo sobre comunidades locales	Unidad			

35 COMPROMISO CON EL DESARROLLO DE LA COMUNIDAD Y GESTIÓN DE LAS ACCIONES SOCIALES

Indicadores GRI relacionados: G4-EC6; G4-S01

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q35.1 Porcentaje de operaciones que contemplan proyectos y programas sociales	%			
Q35.2 Porcentaje de altos mandos contratados de la comunidad	%			
Q35.3 Valor invertido en proyectos sociales	\$			

36 APOYO AL DESARROLLO DE PROVEEDORES

Indicador GRI relacionado: G4-EC9

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q36.1 Porcentaje de compras de unidades operacionales importantes que se gastó con proveedores locales	%			

Ambiental

Medio Ambiente > Cambio Climático

37 ENFOQUE DE GESTIÓN DE LAS ACCIONES RELACIONADAS CON CAMBIO CLIMÁTICO

Indicador GRI relacionado: G4-EC2

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q37.1 Costos de las acciones tomadas para gerenciar riesgos y oportunidades para las actividades de la organización en razón de los cambios climáticos	\$			

Medio Ambiente > Cambio Climático

38 ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO

Indicador GRI relacionado: G4-EN19

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q38.1 Valor total de reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero	mtCOe			
Q38.2 Valor de reducción de emisiones directas de Gases de Efecto Invernadero (Alcance 1)	mtCOe			
Q38.3 Valor de reducción de emisiones indirectas de Gases de Efecto Invernadero (Alcance 2)	mtCOe			
Q38.4 Valor de reducción de emisiones indirectas de Gases de Efecto Invernadero (Alcance 3)	mtCOe			

Medio Ambiente > Gestión y Monitoreo de los Impactos sobre Ecosistemas y Biodiversidad

39 SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

Indicadores GRI relacionados: G4-EN29; G4-EN34

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q39.1 Número de reclamos sobre los impactos ambientales presentados, dirigidos y resueltos por medio de mecanismos formales de reclamo	Unidad			
Q39.2 Valor monetario de multas resultantes de la no conformidad con leyes y regulaciones ambientales	\$			
Q39.3 Número total de sanciones no monetarias resultantes de la no conformidad con leyes y regulaciones ambientales	Unidad			

Medio Ambiente > Gestión y Monitoreo de los Impactos sobre Ecosistemas y Biodiversidad

40 PREVENCIÓN DE LA POLUCIÓN

Indicadores GRI relacionados: G4-EN19; G4-EN27

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q40.1 Volumen total de emisiones de sustancias que destruyen la capa de ozono.	ton			
Volumen total de emisiones de los siguientes gases:				
Q40.2 NOx	ton			
Q40.3 SOx	ton			
Q40.4 Contaminantes orgánicos persistentes (POP)	ton			
Q40.5 Compuestos orgánicos volátiles (VOCS)	ton			
Q40.6 Contaminantes atmosféricos peligrosos (HAP)	ton			
Q40.7 Emisiones de chimeneas y fugitivas	ton			
Q40.8 Material particulado (PM)	ton			
Q40.9 Otras categorías categorizadas de emisiones atmosféricas identificadas en regulaciones	ton			
Q40.10 Número de derrames	Unidad			
Q40.11 Volumen total de derrames	Unidad			
Q40.12 Porcentual de los impactos ambientales de productos y servicios mitigados	%			

41 USO SUSTENTABLE DE RECURSOS: MATERIALES

Indicadores GRI relacionados: G4-EN1; G4-EN2; G4-EN23; G4EN25

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q41.1	Peso total de materiales no renovables utilizados	ton		
Q41.2	Peso total de materiales renovables utilizados	ton		
Q41.3	Peso total de materiales directos usados	ton		
Q41.4	Peso total de insumos reciclados	ton		
Q41.5	Peso total de residuos	ton		
Q41.6	Peso total de residuos peligrosos	ton		
Q41.7	Peso total de residuos peligrosos transportados	ton		
Q41.8	Peso total de residuos peligrosos exportados	ton		
Q41.9	Peso total de residuos peligrosos tratados	ton		

42 USO SUSTENTABLE DE RECURSOS: AGUA

Indicadores GRI relacionados: G4-EN8; G4-EN9; G4-EN10; G4-EN22

Volumen total de agua consumida según las siguientes fuentes:

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q42.1	Agua de superficie	m ³		
Q42.2	Agua subterránea	m ³		
Q42.3	Agua de lluvia	m ³		
Q42.4	Afluentes	m ³		
Q42.5	Abastecimiento municipal de agua	m ³		
Q42.6	Volumen total de agua descartada	m ³		
Q42.7	Volumen total de agua reciclada/ reutilizada por la organización	m ³		
Q42.8	Número total de fuentes de agua impactadas	Unidad		

43 USO SUSTENTABLE DE RECURSOS: ENERGÍA

Indicadores GRI relacionados: G4-EN3; G4-EN6; G4-EN15; G4-EN16; G4-EN17

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q43.1	Consumo de energía total	GJ		
Q43.2	Consumo de energía	GJ		
Q43.3	Consumo de calefacción	GJ		
Q43.4	Consumo de enfriamiento	GJ		
Q43.5	Consumo de vapor	GJ		
Q43.6	Energía vendida	GJ		
Q43.7	Calefacción vendida	GJ		
Q43.8	Enfriamiento vendido	GJ		
Q43.9	Vapor vendido	GJ		

Ambiental

Medio Ambiente > Gestión y Monitoreo de los Impactos sobre Ecosistemas y Biodiversidad

43 USO SUSTENTABLE DE RECURSOS: ENERGÍA (CONTINUACIÓN)

Indicadores GRI relacionados: G4-EN3; G4-EN6; G4-EN15; G4-EN16; G4-EN17

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Consumo de energía a partir de las fuentes:				
Q43.10	Carbón	GJ		
Q43.11	Petróleo	GJ		
Q43.12	Gasolina	GJ		
Q43.13	Diesel	GJ		
Q43.14	Gas natural	GJ		
Q43.15	Electricidad	GJ		
Q43.16	Aceite	GJ		
Q43.17	Biomasa	GJ		
Q43.18	Volumen total de energía usada por fuentes renovables	GJ		
Q43.19	Volumen total de energía usada por fuentes no renovables	GJ		
Energía economizada por tipo:				
Q43.20	Carbón	GJ		
Q43.21	Petróleo	GJ		
Q43.22	Gasolina	GJ		
Q43.23	Diesel	GJ		
Q43.24	Gas natural	GJ		
Q43.25	Electricidad	GJ		
Q43.26	Aceite	GJ		
Q43.27	Biomasa	GJ		
Q43.28	Volumen de energía economizada	GJ		
Q43.29	Tasa de reducción de energía por producto y servicio vendido	%		
Q43.30	Volumen total de emisiones de Gases de Efecto Invernadero	ton CO ₂ equivalente		
Q43.31	Volumen total de emisiones indirectas de Gases de Efecto Invernadero	ton CO ₂ equivalente		

Medio Ambiente > Gestión y Monitoreo de los Impactos sobre Ecosistemas y Biodiversidad

44 USO SUSTENTABLE DE LA BIODIVERSIDAD Y RESTAURACIÓN DE LOS HABITATS NATURALES

Indicadores GRI relacionados: G4-EN13; G4-EN14

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q44.1	Extensión total de las áreas impactadas negativamente	km ²		
Q44.2	Extensión total de las áreas impactadas positivamente	km ²		
Q44.3	Tamaño total de áreas de hábitats protegidos y/o restaurados	km ²		
Q44.4	Número de especies en hábitats identificados como afectados por las operaciones de la empresa	Unidad		

Medio Ambiente > Impactos del Consumo

47 LOGÍSTICA REVERSA

Indicadores GRI relacionados: G4-EN2; G4-EN23; G4-EN28

		AÑO-2	AÑO-1	AÑO ACTUAL
Q47.1	Peso total de insumos reciclados	ton		
Q47.2	Peso total de residuos generados por la operación	ton		
Q47.3	Peso total de residuos peligrosos generados por la operación	ton		
Q47.4	Número de embalajes recuperados	Unidad		
Q47.5	Productos vendidos	Unidad		

CORRELACIONES

Visión y Estrategia

01 **ESTRATEGIAS PARA LA SUSTENTABILIDAD**

ISO 26000 7.4.2 - Determinación de la dirección de una organización rumbo a la responsabilidad social

GRI Estrategia e Análisis – G4-1 e G4-2

02 **PROPUESTA DE VALOR**

ISO 26000 4.2 Accountability, 5.2 Reconocimiento de la responsabilidad social, 7.3 Comprensión de la responsabilidad social de la organización

Gobierno y Gestión

04 CÓDIGO DE CONDUCTA

ISO 26000 4.4 Comportamiento ético, 6.3.5 Evitar complicidad y 6.6.3 Prácticas anticorrupción

GRI Estrategia e Análisis: G4 -1; G4 -2

05 GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN (EMPRESAS DE CAPITAL ABIERTO Y CERRADO)

ISO 26000 6.3.9. Derechos económicos, sociales, y culturales, 6.6.6. Promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor

GRI Gobierno Corporativo - G4 -34, G4 -38, G4 -37, G4 4, G4 -49, G4 -53; Participación de los Stakeholders - 4.27; Aspecto: Diversidad e Igualdad de Oportunidades - G4 -L A12

06 COMPROMISOS VOLUNTARIOS Y PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS DE RSE/ SUSTENTABILIDAD

ISO 26000 6.3.3 Diligencia y 7.8 Participación voluntaria

GRI Compromisos con Iniciativas Externas - G4 -14, G4 -15, G4 -16

07 PARTICIPACIÓN DE LAS PARTES INTERESADAS

ISO 26000 5.3.3 Participación de las partes interesadas

GRI 3.1 - Principios para Definición del Contenido del Reporte - Inclusión de los Stakeholders; Participación de los Stakeholders - G4 -24, G4 -27, G4 -

08 RELACIONES CON INVERSIONISTAS Y REPORTES FINANCIEROS

ISO 26000 6.3.9 Derechos económicos, sociales y culturales

GRI Parte 2 – Estrategia y Análisis: G4 -1, G -2; Gobierno Corporativo - G4 -37, G4 -49, G4 -53, G4 -DMA

09 REPORTE DE SUSTENTABILIDAD Y REPORTES INTEGRADOS

ISO 26000 7.5.3 Elaboración de reportes de responsabilidad social, punto 15

GRI Parte 1: Definición de Contenido, Calidad y Limite de Reporte (Items 1.1 e 1.3); Parte 2: Parámetros para el Reporte: 3.5; Participación GRI: 3.1 - Principios para Definición de Contenido de Reporte - Inclusión de los Stakeholders; G4 -20, G4 -21, G4 -27

10 COMUNICACION CON RESPONSABILIDAD SOCIAL

ISO 26000 6.4.5 Diálogo social y 7.5.2 Características de las informaciones

GRI Aspectos: Rotulado de Productos y Servicios - G4 -PR3, G4 -PR5; Comunicaciones de Marketing - G4 -PR6

11 COMPETENCIA LEAL

ISO 26000 6.3.5 Evitar complicidad, 6.6.5 Competencia leal, 6.7.3 Marketing justo, informaciones objetivas y no tendenciosas y prácticas contractuales justas

GRI Aspectos: Corrupción - G4 -S04 G4 -S05; Competencia Desleal - G4 -S07; Rotulaje de Productos y Servicios - G4 -PR4; Comunicaciones de Marketing - G4 -PR7;

12 PRÁCTICAS ANTICORRUPCIÓN

ISO 26000 6.6.3 Prácticas Anticorrupción 6.3.9 Derechos Económicos, Sociales y Culturales, 6.6.7 Respeto de los derechos de propiedad y 6.8.7 Generación de riqueza e ingresos

GRI Aspectos: Corrupción - G4 -S04; Políticas Públicas - G4 -DMA; Competencia Desleal - G4 -S07; Conformidad - G4 -S08

13 CONTRIBUCIONES PARA CAMPAÑAS POLÍTICAS

ISO 26000 6.6.3 Prácticas anticorrupción y 6.6.4 Participación política responsable

GRI Aspecto: Políticas Públicas - G4 -S06

14 PARTICIPACIÓN EN EL DESARROLLO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

ISO 26000 6.6.4 Participación política responsable E 6.8.3 participación de la comunidad

GRI Aspectos: Comunidades Locales - G4 -S01; Políticas Públicas - G4 -DMA

15 GESTIÓN PARTICIPATIVA

ISO 26000 6.4.3 Empleo y relaciones de trabajo

GRI Gobierno corporativo - G4 -37, G4 -49, G4 -53; Aspecto: Entrenamiento y Educación - G4 -L A11

16 SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRADO

ISO 26000 7.2 Relación de las características de una organización con la responsabilidad social, 7.3 Comprensión de la responsabilidad social de la organización y 7.4 Prácticas para integrar la responsabilidad social en toda a organización

GRI Gobierno Corporativo - G4 -49

Gobierno y Gestión

17	SISTEMA DE GESTIÓN DE PROVEEDORES
	<p>ISO 26000 6.6.6 Promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor</p> <hr/> <p>GRI Participación de los Stakeholders - G4 -24, G4 -27; Aspectos: Prácticas de Inversión y de Procesos de Compra - G4 -HR10; Prácticas de Seguridad - G4 -HR7</p>

18	MAPEO DE LOS IMPACTOS DE LA OPERACIÓN Y GESTIÓN DE RIESGOS
	<p>ISO 26000 6.5.3 Prevención de la polución, 6.5.4 Uso sustentable de recursos, 6.5.5 Mitigación y adaptación de los cambios climáticos, 6.5.6 Protección y restauración de los hábitats</p> <hr/> <p>GRI Principios para Definición del Contenido del Reporte Alcance; Materialidad; Aspectos -3.1: Productos y Servicios - G4 -EN27; Conformidad - G4 -EN29</p>

19	GESTIÓN DE RSE/SUSTENTABILIDAD
	<p>ISO 26000 6.3.8 Derechos civiles y políticos, 6.6.6 Promoción de responsabilidad social en la cadena de valor, 6.8.3 Participación de la comunidad 7.5.4 Diálogo con las partes interesadas en la comunicación sobre responsabilidad social</p> <hr/> <p>GRI Estrategia y Análisis - G4 -1, G4 -2, G4 -DMA</p>

Social

20 MONITOREO DE IMPACTOS DEL NEGOCIO EN LOS DERECHOS HUMANOS

ISO 26000 6.3.3 Diligencia, 6.3.4 Situaciones de riesgo para los derechos humanos, 6.3.5 Evitar complicidad, 6.3.6 Resolución de reclamos, 6.3.7 Discriminación y grupos vulnerables, 6.3.8 Derechos civiles y políticos, 6.3.9 Derechos económicos, sociales y culturales

GRI Aspectos: Prácticas de Inversión y de Procesos de Compra - G4 -HR1, G4 -HR-10; No Discriminación - G4 -HR3; Trabajo Infantil - G4 -HR5; Prácticas de Seguridad - G4 -HR7; Evaluación y Remediación - G4 -HR9

21 TRABAJO INFANTIL EN LA CADENA DE SUMINISTROS

ISO 26000 6.3.4 Situación de riesgo para los derechos humanos, 6.3.5 Evitar complicidad, 6.3.7 Discriminación y grupos vulnerables, 6.3.10 Principios y derechos fundamentales en el trabajo, 6.6.6 Promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor

GRI Aspecto: Trabajo Infantil - G4 -HR5

22 TRABAJO FORZADO (O ANÁLOGO AL ESCLAVO) EN LA CADENA DE SUMINISTROS

ISO 26000 6.3.4 Situación de riesgo para los derechos humanos, 6.3.5 Evitar complicidad, 6.3.7 Discriminación y grupos vulnerables, 6.3.10 Principios y derechos fundamentales en el trabajo, 6.6.6 Promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor

GRI Aspecto: Trabajo Forzado o Análogo al Esclavo - G4 -HR6

23 PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD Y EQUIDAD

ISO 26000 6.3.9 Derechos económicos, sociales y culturales, 6.3.10 Derechos fundamentales del trabajo

GRI Aspecto: Diversidad e Igualdad de Oportunidades - G4 -L A12, G4 -L A13; No Discriminación - G4 -HR3

24 RELACIÓN CON EMPLEADOS (EFECTIVOS, TERCIALIZADOS, TEMPORARIOS O DE TIEMPO PARCIAL)

ISO 26000 6.3.5 Evitar complicidad, 6.3.6 Resolución de quejas, 6.3.8 Derechos civiles y políticos, 6.3.10 Derechos fundamentales del trabajo, 6.4.3 Empleo y relaciones de trabajo, 6.4.4 Condiciones de trabajo y protección social

GRI Aspectos: Empleo - G4 -10; Relaciones entre los Trabajadores y el Gobierno Corporativo - G4 -LA4; Salud y Seguridad en el Trabajo - G4 -LA7; Entrenamiento y Capacitación - G4 -LA9; Diversidad e Igualdad de Oportunidades - G4 -L A12; Igualdad de Remuneración entre Mujeres y Hombres - G4 -L A13

25 RELACIONES CON SINDICATOS

ISO 26000 6.3.6 Resolución de quejas, 6.3.10 Derechos fundamentales del trabajo, 6.4.3 Empleo y relaciones de trabajo, 6.4.4 Condiciones de trabajo y protección social

GRI Aspecto: Relaciones entre los trabajadores y el Gobierno Corporativo - G4 -11

26 REMUNERACIÓN Y BENEFICIOS

ISO 26000 6.3.10 Derechos fundamentales del trabajo, 6.4.3 Empleo y relaciones de trabajo y 6.8.7 Generación de riqueza e ingresos

GRI Gob. Corporativo - G4 -37, G4 -49, G4 -53; Aspectos: Empleo - G4 -L A2; Entrenamiento y Capacitación - G4 -L A9, G4 -L A11

27 COMPROMISO CON EL DESARROLLO PROFESIONAL

ISO 26000 6.4.3 Empleo y relaciones de trabajo, 6.4.7 Desarrollo humano y entrenamiento en el lugar de trabajo y 6.8.5 Generación de empleo y capacitación

GRI Aspectos: Empleo - G4 -L A2; entrenamiento y Capacitación - G4 -L A9, G4 -L A10, G4 -L A11; Diversidad e Igualdad de Oportunidades - G4

28 COMPORTAMIENTO FRENTE A DESPIDOS Y EMPLEABILIDAD

ISO 26000 6.4.3 Empleo y relaciones de trabajo, 6.3.6 Resolución de quejas

GRI Aspectos: Empleo - G4 -L A1; Relaciones entre los Trabajadores y el Gob. Corp. - G4 -L

29 SALUD Y SEGURIDAD DE LOS EMPLEADOS

ISO 26000 6.3.8 Derechos civiles y políticos, 6.4.4 Condiciones de trabajo y protección social, 6.4.6 Salud y seguridad en el trabajo, 6.8.8

GRI Aspecto: Salud y Seguridad en el Trabajo - G4 -LA5, G4 -LA6, G4 -LA7, G4 -LA8

30 CONDICIONES DE TRABAJO, CALIDAD DE VIDA Y JORNADA DE TRABAJO

ISO 26000 6.4.4 Condiciones de trabajo y protección social, 6.4.6 Salud y seguridad en el trabajo

GRI Aspecto: Salud y Seguridad en el Trabajo - G4 -L A7

31 RELACIÓN CON EL CONSUMIDOR

ISO 26000 6.3.6 Resolución de quejas, 6.4.5 Diálogo social, 6.7.3 Marketing justo, informaciones objetivas y no tendenciosas y prácticas contractuales justas, 6.7.4 Protección de la salud y seguridad del consumidor, 6.7.6 Atención y soporte al consumidor y solución de reclamos y controversias, 6.7.7 Protección y privacidad de los datos del consumidor, 6.7.8 Acceso a servicios esenciales

GRI Aspectos: Salud y Seguridad del Cliente - G4 -PR2; Rotulación de Productos y Servicios - G4 -PR4; Comunicaciones de Marketing - G4 -PR7; Privacidad del Cliente - G4 -PR8

32 IMPACTO DERIVADO DEL USO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

ISO 26000 6.3.4 Situaciones de riesgo para los derechos humanos, 6.3.5 Evitar complicidad, 6.5.3 Prevención de la polución, 6.7.4 Protección de la salud y seguridad del consumidor

GRI Aspectos: Productos y Servicios - G4 -EN28

Social

33 ESTRATEGÍA DE COMUNICACIÓN RESPONSABLE Y EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO

ISO 26000 6.4.5 Diálogo social, 6.6.6 Promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor, 6.7.3 Marketing justo, informaciones objetivas y no tendenciosas y Prácticas contractuales justas, 6.7.5 Consumo sustentable

GRI Aspectos: Salud y Seguridad del cliente - G4 -PR2; Rotulación de Productos e Servicios - G4 -PR3; Comunicaciones de Marketing - G4 -PR6; Privacidad del Cliente - G4 -PR8

34 GESTIÓN DE LOS IMPACTOS DE LA EMPRESA EN LA COMUNIDAD

ISO 26000 6.8.3 Participación de la comunidad, 6.8.4 Educación y cultura, 6.8.9 Inversión social, 7.3.3 Esfera de influencia de una organización

GRI Participación de los Stakeholders - G4 -24, G4 -27; Aspectos: Presencia en el Mercado - G4 -EC6; Impactos Económicos Indirectos - G4 -EC7; Entrenamiento y Educación - G4 -LA11; Derechos de los Indígenas - G4 -HR8; Comunidades Locales - G4 -S01; Políticas Públicas - G4 -DMA; Conformidad - G4 -S08

35 COMPROMISO CON EL DESARROLLO DE LA COMUNIDAD Y GESTIÓN DE LAS ACCIONES SOCIALES

ISO 26000 6.8. Participación y desarrollo de la comunidad, 6.8.9 Inversión social, 7.3.3 Esfera de Influencia de una organización

GRI Participación de los Stakeholders - G4 -24, G4 -27; Aspecto: Comunidades Locales - G4 -S01

36 APOYO AL DESARROLLO DE PROVEEDORES

ISO 26000 6.6. Prácticas legales de operación

GRI Aspectos: Presencia en el Mercado - G4 -EC6, G4 -EC9; Prácticas de Inversión y de Proceso de Compra - G4 -HR10

Ambiental

37 ENFOQUE DE GESTIÓN DE LAS ACCIONES RELACIONADAS CON CAMBIO CLIMÁTICO

ISO 26000 6.2.1.2 Gobernabilidad organizacional y responsabilidad social, 6.5.5.2.1 Mitigación de los cambios climáticos, 6.8.9 Inversión social

GRI Aspecto: Emisiones - G4 - EN15, G4 - EN16, G4 - EN17, G4 - EN19, G4 - EN20, G4 - EN21

CDP CDP 1.1; 2.2; 2.3; 2.3a; 3.1; 3.2; 3.3; 3.3c; 5.1; 6.1; 7.1; 7.2; 8.2-8.8; 9.2; 10.2

38 ADAPTACIÓN A LOS CAMBIOS CLIMÁTICOS

ISO 26000 6.5.5 Mitigación y adaptación al cambio climático

GRI Aspectos: Desempeño Económico - G4 - EC2

CDP CDP 13.1; 14.1; 14.2; 15

39 SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

ISO 26000 5.3.3 Participación de las partes interesadas, 6.4.5 Diálogo social, 6.5 Medio ambiente, 6.5.3 Prevención de la polución, 6.5.6 Protección del medio ambiente y de la biodiversidad y restauración de los hábitats naturales

GRI Aspectos: Productos y Servicios - G4 - EN27, G4 - EN28; Conformidad - G4 - EN29

40 PREVENCIÓN DE LA POLUCIÓN

ISO 26000 6.5.3 Prevención de la polución, 6.5.5 Mitigación y adaptación de los cambios

GRI Aspecto: Emisión - G4 - EN15, G4 - EN16, G4 - EN17, G4 - EN19, G4 - EN20, G4 - EN21; Efluentes y Residuos - G4 - EN22, G4 - EN23, G4 - EN24, G4 - EN25, G4 - EN26

41 USO SUSTENTABLE DE RECURSOS: MATERIALES

ISO 26000 6.5.4 Uso sustentables de recursos, 6.7.5 Consumo sustentable

GRI Aspectos: Materiales - G4 - EN1, G4 - EN2

42 USO SUSTENTABLE DE RECURSOS: AGUA

ISO 26000 6.5.3 Prevención de la polución, 6.5.4 Uso sustentable de recursos, 6.7.5 Consumo sustentable

GRI Aspectos: Agua - G4 - EN8, G4 - EN9, G4 - EN10

43 USO SUSTENTABLE DE RECURSOS: ENERGIA

ISO 26000 6.5.3 Prevención de polución, 6.5.4 Uso sustentable de recursos, 6.7.5 Consumo sustentable

GRI Aspectos: Energía - G4 - EN3, G4 - EN6, G4, EN7; Emisiones - G4 - EN15, G4 - EN16, G4 - EN17, G4 - EN19, G4 - EN20, G4 - EN21

44 USO SUSTENTABLE DE LA BIODIVERSIDAD Y RESTAURACIÓN DE LOS HABITATS NATURALES

ISO 26000 6.5.3 Prevención de la polución, 6.5.4 Uso sustentable de recursos, 6.5.6 Protección del medio ambiente y de la biodiversidad y restauración de los hábitats naturales, 6.8.3 Participación de la comunidad, 7.3.3 Esfera de Influencia de una organización

GRI Aspecto: Biodiversidad - G4 - EN11, G4 - EN12, G4 - EN13, G4 - EN14

45 EDUCACIÓN Y CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL

ISO 26000 6.7.5 Consumo sustentable, 6.7.9 Educación y concientización, 6.8.4 Educación y cultura

GRI Desempeño Ambiental - G4 - DMA

46 IMPACTOS DEL TRANSPORTE, LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN

ISO 26000 6.4.3 Empleo y relaciones de trabajo, 6.5.4 Uso sustentable de recursos, 6.6.6 Promoción de la responsabilidad social en la cadena de Valor

GRI Aspectos: Transporte - G4 - EN30

47 LOGÍSTICA REVERSA

ISO 26000 6.5 Medio ambiente, 6.5.3 Prevención de la polución, 6.5.6 Protección del medio ambiente y de la biodiversidad y restauración de hábitats naturales

GRI Aspectos: Materiales - G4 - EN1, G4 - EN2; Residuos - G4 - EN23, G4 - EN24, G4 - EN25; Productos y Servicios - G4 - EN27, G4 - EN28

AGRADECIMIENTOS

AGRADECIMIENTOS (VERSIÓN ORIGINAL)

Registramos nuestro agradecimiento a todos los que participaron en el desarrollo de los Indicadores ETHOS para Negocios Sustentables y Responsables.

CONSEJO ORIENTADOR

- Carlos Eduardo Lessa Brandão e Tarcila Reis, Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC)
- Clovis Scherer, Dieese
- Eduardo Schubert e Dalberto Adulis, Instituto Akatu
- Nelmara Arbex e Glauca Têrreo, Global Reporting Initiative (GRI)
- Mario Monzoni e Aron Belinky, Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getulio Vargas (FGV Ces)
- Milton Milioni e Eduardo Werneck, Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (Apimec SP)
- Paulo Itacarambi, Instituto Ethos
- Paulo Muçoucah, Organização Internacional do Trabalho (OIT Brasil)
- Pedro Paulo Galoppi, Principles for Responsible Investment (PRI)
- Ricardo Corrêa Martins, Fundação Nacional da Qualidade (FNQ)
- Sonia Consiglio Favaretto, BM&Fbovespa

COMITE CONSULTIVO TÉCNICO

- Andréia Marques, BP Combustíveis
- Catarina Bronstein, Global Reporting Initiative (GRI)
- Daniel Périgo, Grupo Fleury
- Estaneslau Klein, Samarco Mineração
- Fábio Risério, Promon Engenharia
- Fernanda Borges Esposito, Associação Franquia Sustentável (Afras)
- Helton Rodrigo Barbosa, Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getulio Vargas (FGV Ces)
- Julia Tauszig, Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa)
- Leíse Duarte, Shell
- Leny Medeiros Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (Abradee)
- Luciana Costa, Fiat
- Luiz Macedo, Centro de Excelência em Varejo da EAESP (GVcev)
- Maisa Feitosa, Sebrae Nacional
- Natalia Tadokoro, CPFL Energia
- Sonia Loureiro, especialista
- Vivian Smith, especialista
- Wellington Baldo, Itaú Unibanco

COMITÉ CONSULTIVO PLARSE

- Álvaro Bazán, Corporación Boliviana de RSE (Coborse)
- Bruno Carpio, Perú 2021
- Eduardo Gustale Gill e Sara Talavera, Asociación de Empresarios Cristianos (Adec)
- Eduardo Shaw, Responsabilidad Social Empresaria (Deres)
- Fabrice Hansé e Evangelina Gómez Durañona (Ceres)
- Luis A. Ulla y Federico Zárate (Iarse)

GRUPOS DE TRABAJO

GT Aplicabilidad

- Adriana Barros, Eco Ação Educacional Ltda.
- Claudio Tieghi, Associação Franquia Sustentável (Afras)
- Clícia Tupinambá, Sesi-AM
- Diná Bandeira, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa)
- Edite Estevão, Gelita do Brasil
- Fernanda Santos, Companhia de Transmissão Elétrica Paulista (Cteep)
- Milena Xavier, Eurofarma
- Rachel Ávila, consultora
- Regina Canel, Faculdade de Saúde Pública da USP
- Simone Nagai, TSK - Alternativas Sustentáveis
- Valéria Pinto, Alstom
- Zelito Sampaio, Unip

GT Planeamiento

- Carla Stoicov, Tistu
- Delma Trindade, Morais de Castro Comércio e Importação de Produtos Químicos Ltda.
- Lívia Farias, Chemtech
- Luciana Maia Abud, Federação das Indústrias do Estado da Bahia (Fieb)
- Marcio Fernando dos Reis, Creditar Contabilidade Ltda.
- Sergio Mancini, Centro Universitário Senac
- Viviane Barros Silva, Metrô Rio
- Yuri Feres, Cargill Agrícola S.A.

GT Proceso

- Adelita Adiers, Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina (Facisc)
- Bárbara Neves, Embrapa
- Fernanda Rodrigues, Construtora OAS
- Fanny Michaan, Business School São Paulo
- Iara Marchioretto, Agência Estadual de Regulação dos

Serviços Públicos de MS

- Juliana Zellaury, Dow Brasil S.A.
- Maria da Graça Vieira, Tear Desenvolvimento Humano Organizacional Ltda.
- Marcio Ruiz Schiavo, Comunicarte, Agência de Responsabilidade Social
- Marcos Elias, Queiroz Galvão Energias Renováveis
- Renato Moya, Grupo Invepar
- Rosemeire Capelossa Gomes, Central Nacional Unimed
- Thais Vido, Companhia de Transmissão Elétrica Paulista
- Vivian Garcia, Sabb Coca-Cola

EMPRESAS PARTICIPANTES DEL GRUPO PILOTO DE APLICACIÓN Y RESPECTIVOS RESPONSABLES DE APLICAR EL CUESTIONARIO

- Anna Julia de Souza, EDP
- Beatriz Vieira, Ampla Energia e Serviços S.A.
- Claudio Luiz de Viveiros, Wilson Sons Administração e Comércio Ltda.
- Clécia Azevedo, Cencosud Brasil Comercial Ltda (GBarbosa).
- Luciana Abud, Federação das Indústrias do Estado da Bahia (Fieb).
- Marcela Magalhães, Unimed Rio.
- Maria Meirelles, Centrais Elétricas Matogrossenses S.A. (Cemat).
- Natalia Tadokoro, Companhia Paulista de Força e Luz (CPFL).
- Patrícia Vasconcelos, Eletropaulo Metropolitana – Eletricidade de São Paulo S.A.
- Regiane Monteiro, Light Serviços de Eletricidade S.A.
- Viviane Barros, Concessão Metroviária do Rio de Janeiro (Metrô Rio).

Y a todos los participantes de las oficinas y eventos de consulta, cuyos nombres pueden encontrarse en www.ethos.org.br/indicadores.

El registro de todo el proceso de desarrollo de los Indicadores Ethos para Negocios Sustentables y Responsables puede encontrarse en un reporte disponible en www.ethos.org.br/indicadores.

PATROCINADORES (VERSIÓN ORIGINAL)

INSTITUTO ABRADÉE

“El Instituto Abradee defiende, como bandera, contribuir al desarrollo del país por medio de un sector de distribución sustentable y eficiente, con ofertas de calidad reconocidas por los clientes. Procuramos entregar al Brasil y al pueblo brasilero posibilidades de transformación, también por medio de acciones de responsabilidad socioambiental. El Abradee entiende que el compromiso de un mayor número de organizaciones con estas acciones traerá beneficios para toda la sociedad y que la adopción de los indicadores ETHOS como herramienta de acompañamiento agrega valor para todos.”

ITAÚ UNIBANCO

“El Itaú está convencido que incorporar la sustentabilidad en el día a día de las empresas es el gran desafío de la actualidad. Para ello es preciso integrarla a las discusiones teóricas del negocio reflexionando sobre ella en la toma de decisiones. Frente a esta realidad los Indicadores Ethos para Negocios Sustentables y Responsables asumen un papel fundamental para marcar el norte de los trabajos de las organizaciones consolidando el tema cada vez más en el mercado y en la sociedad.”

SHELL

“Dialogar e identificar buenas prácticas son herramientas bastante eficientes para superar desafíos y alcanzar las metas. En un mundo donde las acciones están conectadas, es importante que el camino sea colectivo, favoreciendo oportunidades de intercambio y reflexión. Los Indicadores Ethos para Negocios Sustentables y responsables serán una guía para las empresas que buscan el camino de la sustentabilidad, actuando de manera responsable y transparente para con la sociedad.”

AUSPICIANTES (VERSIÓN ORIGINAL)

EUROFARMA

“La construcción de una nueva economía pasa por organizaciones que comparten valores y trabajan por una sociedad más justa con acceso igualitario a oportunidades y el uso balanceado de recursos. Por eso Eurofarma cree e invierte en esa transformación; sea para generar tecnologías productivas sociales y ecológicas, sea para diseminar prácticas y conceptos que tornen ese paradigma en una realidad con mayor alcance. Los Indicadores Ethos para Negocios Sustentables contribuyen a ese propósito como herramienta de diagnóstico y gestión colocando el desarrollo sustentable en el foco estratégico de las organizaciones.”

ZBRA SOLUÇÕES

“La ZBRA, es asociada al Instituto Ethos desde el 2008 en el área de Desarrollo de Software, aprendiendo a lo largo de estos años el potencial y la importancia de la tecnología como herramienta capaz de promover la ampliación de la conciencia sobre la necesidad de adoptar un modelo económico sustentable. Vemos en los nuevos Indicadores Ethos un punto de inflexión fundamental para la construcción de una sociedad mejor, en la cual la responsabilidad empresarial es determinante y debe ser motivadora para otros segmentos de la sociedad brasilera.”

ALIADOS INSTITUCIONALES (VERSIÓN ORIGINAL)

ALCOA

“La Alcoa tiene una relación de larga data con el Instituto Ethos y siempre lo consideró una referencia para dirigir sus negocios con responsabilidad social. La plataforma en cuestión tiene un objetivo ambicioso y es un privilegio para Alcoa ayudar a crear una economía inclusiva, verde, y responsable. Creemos que la sustentabilidad se aprende y se practica en el día a día y debe estar basada en valores. A pesar de tamaño desafío, Alcoa no se exime de la responsabilidad de comenzar y espera que la sociedad brasilera abrace esa idea y torne al Brasil en un líder en esa nueva economía.”

CPFL

“La construcción de una nueva economía pide movilización. Solamente con la pluralidad de las visiones o intereses de los diversos actores de la sociedad conseguiremos encaminarnos hacia una realidad incluyente, verde y responsable. Como empresa de energía la CPFL reconoce el papel preponderante de las fuentes limpias y renovables en la construcción de una economía de bajo carbono y sabe que al trabajar en conjunto con otras empresas estará, de hecho, contribuyendo a la extensión de esa cadena de valor.”

NATURA

“Para Natura, las empresas tienen su valor y su supervivencia asociados a su capacidad de contribuir a la evolución de la sociedad y de su desarrollo sustentable. Oportunamente la Plataforma por una economía verde, inclusiva y responsable se revela como un camino posible para establecer nuevas prácticas empresariales e influir en políticas públicas comprometidas con el desarrollo sustentable del país. Confiamos y estamos dispuestos a emprender esfuerzos para el suceso de esa iniciativa.”

VALE

“Vale entiende que el sector privado tiene un papel esencial en el desarrollo de una economía de bajo carbono. La creación de la plataforma del Instituto Ethos por una economía verde, inclusiva y responsable, ilustra el parecer de los empresarios sobre la necesidad de romper paradigmas. La plataforma es fundamental para el fomento de un nuevo paradigma de desarrollo. La iniciativa de Ethos refuerza aquello en lo que Vale cree: la construcción multilateral de esa nueva economía.”

WALMART

“En Walmart, la sustentabilidad es parte de la estrategia de negocios y estamos comprometidos con una serie de iniciativas de carácter socioambiental involucrando a todos nuestros empleados en Brasil, a demás de los diferentes públicos de interés de la empresa. Por ello creemos que esta plataforma suma los esfuerzos de todos los socios institucionales de la sociedad en general. Sin duda será un paso fundamental para la creación de una economía que no sea sólo verde, sino más inclusiva y responsable. Esperamos contribuir con ese trabajo por medio de la construcción de una agenda consistente, desafiante y alineada a los preceptos de la nueva era.”

PATROCINADORES (VERSIÓN ORIGINAL)



AUSPICIANTES (VERSIÓN ORIGINAL)



ALIADOS INSTITUCIONALES (VERSIÓN ORIGINAL)



ALIADO ESTRATEGICO (VERSIÓN ORIGINAL)





Instituto Argentino de
Responsabilidad Social Empresaria

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

Almirante Brown 245
Córdoba - Argentina
CP. X5002IWE
Tel./Fax: 54-351-4887314
www.iarse.org/mail@iarse.org

INSTITUTO
ETHOS

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

DESCARGUE ESTA PUBLICACIÓN EN:

WWW.IARSE.ORG

BANCO PATAGONIA

Hacer. Colaborar. Promover.

En **Banco Patagonia** creemos que la mejor inversión es la sociedad. Por eso generamos un compromiso con la comunidad para mejorar su calidad de vida.

Educación. Cultura. Deporte. Medio Ambiente.

Conozca más sobre nuestras acciones de Responsabilidad Social Empresaria en www.bancopatagonia.com.ar

Nuestros Miembros.

Miembros PLATA

Al mes de Agosto de 2014

 ACADEMIA ARGÜELLO Colegio Privado Trilíngüe 1955	 RSE Alto Paraná	 Arcos Dorados	 BANCO PATAGONIA	 BOLSA DE CEREALES Y PRODUCTOS BAHIA BLANCA	 BOLESA DE COMERCIO DE SANTA FE	 CAPITAL BOX	 salto grande Argentina-Uruguay
 DROGUERIA ROSFAR Respuestas confiables para la vida.	 gasNatural fenosa	 Gatica & Chasseing ABOGADOS	 Clearwater HELADERIA PEPQUERA S.A.	 gA GrupoASSA	 GRUPO CANALE	 GRUPO EDISUR desarrollando ciudad	 intel
 KOLEKTOR	 Andrómaco	 MAINERO	 MANIAGRO ARGENTINA	 MARS argentina, uruguay y paraguay	 next	 Perspectivas Sociales Asociación Argentina de Marketing	 RUSCELLI, SOBRERO CONSULTORES DE EMPRESAS
 SCIENZA ARGENTINA	 Seralico servicio argentino de limpieza y comida	 Tabacal Agricultura	 TRANSPORTADORA DE GAS DEL NORTE S.A.	 Uiscumarr Unión de Industrias para el Desarrollo Comercio Exterior - Estudios e Investigación			

Miembros BRONCE

 apex AMERICA-SPO	 BOLSA DE CEREALES DE CÓRDOBA COMERCIO EXTERIOR Y SERVICIOS FINANCIEROS TARDELLA ARGENTINA	 CIE	 CA COLEGIO DE ARQUITECTOS DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA	 Colegio Universitario de Periodismo	 COMTEX	 FONSECA	 Castillo FARREROS INTERNATIONAL CENTER	 FUNDACIÓN CERVANTES	 GARRAZA+PINUS
 diálogos JARDINES MATERNALES	 La Fábrica DE ARGENTINA	 la industria branding identidad visual corporativa	 LIPSIA	 MARTA AMUCHASTEGUI DESARROLLO HUMANO	 metanoia	 ondulé juguetes para niños	 PIN PINTURAS Y MATEOS	 PINTURERIAS FIMA	 Pirooska, Deak & Asociados
 QUANTA	 RED recursos humanos	 RODE EMPRESA CONSTRUCTORA	 RUBOL	 SIPSSA Medicina Privada	 TANTAL ARGENTINA S.A.	 SOLAR	 the warranty group argentina	 UNIVERSIDAD FASTA BARILÓCHE	 VIZNO

Más información sobre el Sistema de Membresía Empresarial: mail@iarse.org
tel: (0351) 488-7314 www.iarse.org



Instituto Argentino de
Responsabilidad Social Empresaria

Nuestros Miembros.

IARSE

Instituto Argentino de
Responsabilidad Social Empresaria

Miembros ORO

Al mes de Agosto de 2014

 better work, better life		 AGUAS CORDOBESAS		 ARCACONTINENTAL	ARCÁNGEL MAGGIO	
						
						
						
 Alimentando Momentos Mágicos						
						
						
						
						
						