

CARACTERIZACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ACCIONES DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL GRUPO EMTIRIA BAJO LOS
INDICADORES ETHOS

AUTOR:

AURA MARIA BARRERA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ, D.C

2016

Contenido

	pág
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
JUSTIFICACIÓN	10
1. OBJETIVOS	12
1.1 Objetivo General.....	12
1.2 Objetivos Específicos	12
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA	13
2.1 Principales definiciones sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	13
2.1.1 Iniciativas Cámara Colombiana de la Construcción (CAMACOL)	14
2.2 Principios sobre la responsabilidad social	16
2.2.1 Responsabilidad Social.	16
2.2.2 Inversión Social.	18
2.3 La responsabilidad social en las organizaciones	19
2.4 La ética en la Responsabilidad Social Empresarial.....	22
2.5 Mejores Prácticas.....	24
2.6 Instrumentos relacionados con la medición de la responsabilidad social empresarial a nivel mundial.....	27
2.6.1 DERES (Uruguay).....	28
2.6.2 FUNDEMÁS (Salvador).....	29
2.7 Descripción del sector de la construcción a nivel Colombia.....	29
2.7.1 Caracterización del sector	29

2.8	Marco Legal	31
2.9	Grupo Emtiria	34
2.9.1	Misión	34
2.9.2	Visión.....	35
2.9.3	Acciones en Responsabilidad Social Externa	36
3.	METODOLOGÍA Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	37
3.1	INSTITUTO ETHOS. (Brasil)	37
3.2	Clasificación e indicadores principales de la herramienta Ethos.....	40
3.3	Instrucciones en la aplicación de los indicadores.....	43
3.4	Etapas en las que se encuentra el Grupo Emtiria según los indicadores Ethos.....	45
3.5	Resultados de la aplicación del instrumento Ethos.....	46
3.5.1	Resultados área Recursos Humanos	49
3.5.2	Resultados área Producción	50
3.5.3	Resultados área de Finanzas	51
3.5.4	Resultados área Mercadeo	52
4.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	53
	CONCLUSIONES.....	57
	RECOMENDACIONES.....	59
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	60

Lista de Tablas

Tabla 1. Iniciativas mundiales en el ámbito de la RSE.....	21
Tabla 2. Tipos de preguntas en los Indicadores Ethos.....	33
Tabla 3. Aspectos y bienes de protección que pueden ser impactados.....	38
Tabla 4. Clasificación e indicadores principales de la herramienta Ethos.....	40
Tabla 5. Etapas en las que se encuentra el Grupo Emtiria según los indicadores Ethos.....	45
Tabla 4. Resultados Generales de indicadores contestados.....	47
Tabla 7. Total General.....	48
Tabla 5. Indicadores respondidos y no contestados.....	53

Lista de Anexos

Anexo 1. <i>Clasificación de los indicadores según el Grupo Emtiria</i>	65
Anexo 2 <i>Clasificación de los indicadores por Departamento</i>	82

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), forma parte esencial de las estrategias de gestión para las compañías, constituyendo al sector de la construcción como un sector dinámico, el cual influye positivamente en el desarrollo económico del país, brindando caminos claros de acción que propendan en un mejor futuro para el Grupo Emtiria S.A.S.

La empresa en estudio, desarrolla diversos proyectos de infraestructura urbana, y está comenzando a acoger y abordar la Responsabilidad Social Empresarial como un compromiso para ser parte de una mejor sociedad, implementando acciones que impacten positivamente en sus diversos grupos de interés o stakeholders. Por lo anterior, ésta monografía responde también a un compromiso, planteando la forma como el Grupo Emtiria debe iniciar a medirse por medio de herramientas internacionales y actuales en Responsabilidad Social Empresarial, como lo expone el Instituto Ethos.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Indicadores Ethos.

ABSTRACT

Social Responsibility is an essential part of management strategies for companies, constituting the construction sector as a dynamic sector, which positively influences the economic development of the country, providing clear roads of action that foster a better future for the Grupo Emtiria S.A.S

The company in studied develops various urban infrastructure projects, and is beginning to accept and deal with Social Responsibility as a commitment to be part of a better society, implementing actions that impact positively on its various interest groups or stakeholders. Therefore, this monograph also responds to a compromise, considering the way in Grupo Emtiria should start to be measured by international and current tools in Social Responsibility, as expounded by the Ethos Institute.

Keywords: Social Responsibility, Ethos Indicators.

INTRODUCCIÓN

Las empresas dedicadas al estudio, diseño o construcción de obras de infraestructura urbana, iniciaron un programa de gestión socio-ambiental con el cual se pretendía mitigar los impactos generados por las obras de construcción, propender por el cuidado y conservación del medio ambiente y velar tanto por el bienestar del personal vinculado para la ejecución de los proyectos como por la seguridad y el respeto hacia la comunidad que vive el impacto de las obras.

Desde sus inicios ha sido un proceso de construcción y aporte desde la misma práctica, que ha venido generando cambios organizacionales significativos al interior de las constructoras; estos programas han causado impacto al interior de dichas empresas que va desde la contratación de otros profesionales (residentes sociales y ambientales) hasta el manejo de nuevas relaciones que se establecen con las comunidades en las cuales se desarrollan las obras.

Todas estas medidas cobran mayor relevancia por la gran cantidad de infraestructura en la que está inmersa la ciudad, debido a que el auge de la construcción ha ocasionado en algunos casos, el aumento en la accidentalidad derivada de las obras, hechos ante los cuales en la comunidad y en los entes de control del Estado se vivencia un proceso de toma de conciencia colectiva, reforzada por la presión de los medios de comunicación.

Los programas de gestión socio-ambiental son una de las principales obligaciones que tienen que cumplir las empresas contratistas tanto de consultoría, construcción como interventoría ya que está condicionado y mediado por sanciones y multas.

Por eso es oportuno evaluar en una de las empresas del sector de la construcción de la ciudad de Bogotá como el Grupo Emtiria, tanto el significado que se tiene del concepto de responsabilidad

social, como las acciones efectuadas por ellos, que sirvan para realizar un análisis de su implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, al interior de la empresa.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sector de la construcción es uno de los mayores generadores de empleo directo como indirecto, el cual incide potencialmente en los indicadores financieros del país como lo es el PIB (Producto Interno Bruto), según indica el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2015) para el año 2013 el sector de la construcción representó en Colombia el 7,3% y en el 2012 fue del 6,2%.

El sector de la construcción ha ido preocupándose por obtener mejores resultados en acciones que conlleven a un buen ejercicio de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), para lo cual han implementado metodologías como el Last Planner o el Lean Construction en diferentes empresas constructoras con las cuales se promueve la competitividad y la productividad (Botero y Álvarez, 2005).

Por lo tanto, es pertinente realizar un análisis sobre Responsabilidad Social Empresarial en el Grupo Emtiria para identificar las acciones en responsabilidad social que se estén implementando en ésta empresa. Por tal motivo, es necesario resolver la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles de los indicadores ETHOS se pueden aplicar a la empresa Grupo Emtiria de la Ciudad de Bogotá para determinar las acciones llevadas a cabo en Responsabilidad Social Empresarial?

JUSTIFICACIÓN

En el sector de la construcción desde hace varios años, se vienen produciendo una serie de cambios sociales y económicos, que han generado un incremento en la forma como se asumen los riesgos y oportunidades con implicaciones éticas, derivados en su mayoría por la globalización de los mercados. El sector constructor se ha visto obligado a adoptar nuevas estrategias de gestión, que les permitan estar preparadas para afrontar con éxito las nuevas exigencias.

Si las empresas del sector consideran seguir siendo competitivas ante tantos cambios y retos, deben integrar en sus procesos y actividades, nuevos valores y modelos de gestión, con políticas claras de mejora continua impulsadas desde la implementación de los Sistemas de Gestión de Calidad y Medio Ambiente, Prevención de Riesgos y Salud Laboral y la valoración de la importancia que tiene una adecuada visión y actuación ética y responsable ante la sociedad, haciendo posible la calidad total tanto en los productos como en los servicios.

Los conceptos calidad, seguridad, protección del medio ambiente, innovación, ética o responsabilidad social se encuentran integrados en el proceso de producción de las obras, motivo por el que en diversas ocasiones han obtenido reconocimiento de diversos grupos de interés.

Es necesario analizar la postura que ha adoptado el Grupo Emtiria frente al tema de responsabilidad social, en cuanto a las mejores condiciones laborales y a su entorno externo como el medio ambiente y comunidad; desde el postulado de la obligación, donde se han generado cambios en la organización.

Las acciones ejercidas por las organizaciones en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial, hacen que sean vistas como empresas éticas y rentables con buen desempeño de la gestión

empresarial por lo que su implementación implica su aplicación no solo como reconocimiento social sino como rentabilidad económica. Por lo tanto, la responsabilidad social empresarial se establece como una herramienta de vanguardia que evalúa diferentes variables como la cultura e identidad empresarial, el posicionamiento y entorno de la empresa y la nueva creación de políticas y objetivos en el desarrollo de la actividad organizacional.

Cuando la empresa logra identificar estas situaciones, se genera una toma de decisiones que repercuten en el crecimiento y desarrollo empresarial alcanzando un nuevo direccionamiento en la integración de las variables ambientales, sociales y económicas que propende la responsabilidad social.

Según declaraciones del Grupo Emtiria manifiestan que carecen de instrumentos que le permitan medir la etapa en la cual se encuentran en responsabilidad social puesto que no tienen avances que los conduzcan a implementar prácticas responsables que les colaborarán a optimizar la calidad empresarial, por lo que quieren servir de prueba piloto para las demás empresas constructoras medianas que estén en la misma posición de ellos.

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

Caracterizar la implementación de las acciones de responsabilidad social empresarial en el Grupo Emtiria bajo los indicadores ETHOS.

1.2 Objetivos Específicos

Identificar las acciones de responsabilidad social empresarial llevadas a cabo en el Grupo Emtiria.

Examinar las acciones que realizadas en responsabilidad social con base en los Indicadores Ethos.

Proponer acciones de Responsabilidad Social Empresarial que fortalezcan a la empresa en estudio en el marco de los indicadores Ethos.

2. Revisión de la Literatura

En un comienzo se miraban las organizaciones como el ente que defendía sus objetivos económicos únicamente, ahora se trata de concientizar a las empresas que deben tener una responsabilidad social ante su cliente interno como externo, por ello se estudiarán diferentes conceptos en materia de responsabilidad social como otros términos que se verán en el transcurso de esta investigación.

2.1 Principales definiciones sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La responsabilidad Social Empresarial se plantea como:

Las obligaciones de la empresa las cuales comprenden a un grupo más amplio denominado stakeholders, es decir todos aquellos que de una u otra forma están siendo afectados por las decisiones de la empresa, y los cuales hacen parte de la corporación de manera indirecta o en distintos niveles de implicación. Este grupo de stakeholders está conformado por toda la comunidad dentro de la cual la empresa se encuentra inmersa (Yepes, 2003).

La responsabilidad social es una obligación de los actores sociales, determinada por el uso social y el sentir de la colectividad respecto de lo que debe hacerse porque es lo justo, lo aceptado moral política o legalmente. Así mismo se entenderá como una filosofía que debe ser proyectada por la alta dirección de la empresa tanto al interior de la organización como al exterior.

2.1.1 Iniciativas Cámara Colombiana de la Construcción (CAMACOL)

Vale la pena resaltar las iniciativas de CAMACOL para implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas adscritas a ella. Del mismo modo, este estudio muestra como en Bogotá empresas del sector, han asumido un programa de Responsabilidad Social Empresarial llamado “Manos que Construyen”, donde intervienen capacitación, condiciones laborales, prevención y mitigación de accidentes laborales y un grado amplio de los valores.

Sin embargo el anterior no es el único proyecto en el que CAMACOL se ve involucrado para la implementación de la RSE en las empresas, junto con la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema en 2013 crearon el programa “Comunidad Somos todos: Vivienda Vidas y Vínculos” en donde ayudaron a orientar y asesorar a las empresas constructoras de vivienda sobre las estrategias que les permitiera apoyar la adaptación de las familias a sus nuevas casas y al nuevo ámbito en el que se encontrarán, enseñándoles “lo que implica vivir en comunidad con base en la estructuración de órganos administrativos para el manejo de la copropiedad, pago de servicios públicos y cuotas de administración, buen uso, y mantenimiento de las viviendas y zonas comunes” (Cámara Colombiana de la Construcción, CAMACOL., 2013-2014, p.27)

También existe el programa “Edificarte” este programa concede viviendas a las familias de policías caídos en combate o que se encuentran en discapacidad. Lo anterior es logrado por el apoyo que brinda los afiliados del gremio (CAMACOL) asociado con la Fundación Corazón Verde. (Cámara Colombiana de la Construcción, CAMACOL, 2014-2015)

En Colombia la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) fue de las primeras instituciones que aborda el tema de manera clara y contundente. En revisiones literarias se encuentra que desde la década de los años sesenta esta asociación incorpora a sus discursos el tema. “Fue la ANDI la que difundió esta preocupación y elaboró el primer modelo de Balance Social diseñado para medir el impacto y la calidad de la gestión empresarial en dicho ámbito” (Toro y Rey 1996, p. 39).

[...] la empresa debe ser un ente de naturaleza social con una misión de servicio a la comunidad y con gran sentido de solidaridad y preocupación por el bienestar colectivo. Esto significa que debe ocuparse no sólo de su crecimiento económico sino también del bienestar comunitario. (Toro y Rey 1996, p. 44)

Es aquí donde se puede ver que los conceptos de responsabilidad y lucro pueden encontrar al fin un equilibrio armónico en el cual todas las partes que intervienen en el proceso logren sus objetivos basados en principios como la equidad y la justicia.

La Responsabilidad Social es un acto netamente voluntario, el cual no puede ser impuesto a la fuerza, aunque como se ha visto, se hayan tenido que imponer leyes y sanciones regulatorias, en el plano de lo hipotético, debería ser un acto asumido con compromiso, siendo conscientes de su necesidad y entendiendo que es tal vez la única forma en la cual, empresa y sociedad puedan convivir de manera armónica.

2.2 Principios sobre la responsabilidad social

2.2.1 Responsabilidad Social.

Baltazar Caravedo entiende la Responsabilidad Social “como una de las formas más efectivas de asumir la dirección estratégica de la empresa” (Caravedo, 1996, p. 21). Constituye un planteamiento integral para el manejo organizacional. Debe hacerse hincapié en que no bastan las acciones esporádicas o de carácter filantrópico, sino que tiene fines más precisos, pues no está desarticulada de la dinámica interna de la empresa. Lo que se busca mediante la responsabilidad social es lograr un mayor compromiso, una identificación de los trabajadores con la empresa, pero también se trata de establecer vínculos y acciones que demuestren la adquisición de un compromiso con la comunidad, un interés por ella, lo que al final ha de significar la consecución del bien común aludido por los pontífices de la Iglesia en sus encíclicas.

La responsabilidad social es un compromiso del empresario con la sociedad y con sus trabajadores, de tal forma que todos los integrantes de la empresa mejoren su calidad de vida, al igual que sus familiares, que deben gozar de los servicios necesarios para vivir decorosamente.

Al mismo tiempo, “la RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que solo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la ley” (Organización Internacional del Trabajo, 2010)

La acción de Responsabilidad social implica que las empresas desarrollen una visión integral del futuro, en ella deben estar comprendidos la comunidad que le rodea y el país. Además promueve el surgimiento de nuevas formas de organización que apoyen los liderazgos internos, estos contribuyen a reforzar la misión de la empresa y la descentralización de los niveles de autoridad. “La proyección interna y externa propicia la utilización de recursos humanos, lo que facilita que los trabajadores aporten su esfuerzo y conocimiento a las acciones desarrolladas a favor de la sociedad” (Caravedo B., 1998, pág. 16).

Una organización no puede existir aislada, es decir, sin relacionarse con los múltiples sectores de la sociedad. “Necesita de un grupo humano, éste tiene la misión de realizar las tareas conducentes al logro de su razón social. Los trabajadores requieren compensaciones, capacitación, estímulos, promoción, participación, etc.” (Norero, 2000) Además están los inversionistas, proveedores, clientes, gremios, universidades, Estado, comunidad local y la sociedad en su conjunto. Con todos existe un compromiso imposible de esquivar. La empresa debe asumirlo en la medida de sus posibilidades y sin atentar contra sus objetivos.

A la Responsabilidad Social no se le debe ver como una estrategia más. Es necesario entenderla como un compromiso moral del empresario, basado en una axiología surgida espontáneamente, con el aporte de los que conforman la empresa.

2.2.2 Inversión Social.

Se sabe que no se puede renunciar a la consecución de beneficios económicos, pero la Responsabilidad Social persigue metas que van más allá de lo material. Las empresas lo que hacen, en su mayoría, es una Inversión Social, la misma que:

Es una canalización de recursos que le permite un beneficio al empresario, así como a la comunidad. Se destinan recursos para evitar el deterioro ambiental, o instalar servicios de salud o educativos, o respaldar la creatividad de la localidad, evitando, de esta manera, una pérdida de reputación, imagen y confianza entre los miembros de la comunidad. El criterio dominante es que si la comunidad percibe que la empresa le da ciertos beneficios podrá ser un aliado para enfrentar situaciones críticas o de riesgo” (Caravedo B., 1998, p. 15).

Las empresas tratan de obtener algunos beneficios tributarios que compensen en parte las donaciones realizadas. El apoyo comprende al deporte, educación, cultura, protección del medio ambiente y la salud, arte y otros aspectos concernientes a la comunidad. Existe la conciencia de que si se aporta lo suficiente, ello motivará la preferencia de los públicos, su confianza y un acercamiento e identificación con la organización, de modo que como resultado se logre mejorar la venta de productos o servicios.

Lo que le falta a la Inversión Social es asumir un compromiso mayor que implique acciones de liderazgo tendientes a logros mayores, es decir, que promuevan cambios sociales, que ayuden al Estado a la consecución del Bien Común al que han aludido los documentos eclesiales. La inversión social no tiene la profundidad y la trascendencia que representan para el empresario las acciones de responsabilidad social.

2.3 La responsabilidad social en las organizaciones

Al hablar de la participación que tiene la empresa como organización ante la Responsabilidad Social, se refiere a la visión de los negocios la cual añade el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente, en un ámbito general.

“La empresa es responsable de cumplir con todas las disposiciones legales sean éstas laborales, económicas, fiscales, ambientales, o de otra naturaleza” (Rubiano 2003, p. 54).

La responsabilidad social primaria de la empresa consiste en obtener beneficios, requisito para su sobrevivencia no es menos cierto que en la búsqueda de esa finalidad económica la empresa cumple otras múltiples e importantes responsabilidades sociales, no sólo en relación a quienes la integran, sino también con respecto a la comunidad en la cual actúa (Tudela y Madueño, 1998).

Entre los aspectos que suelen incluirse en la concepción ampliada de la responsabilidad social de la empresa, están:

Mejora de la calidad de vida y protección del medio ambiente físico; oferta de oportunidades de empleo a grupos o sectores marginados; programas educativos y de capacitación profesional que contribuyen a mejorar el entorno social; participación y colaboración en la solución de problemas locales en los lugares donde la empresa actúa (vivienda, escuelas, centros de cuidados infantiles, etc); contribución al desarrollo de áreas deprimidas o menos desarrolladas del país. Se trata de hacer de la empresa una organización más responsable tanto con su propia gente como con la sociedad en general (Tudela y Madueño, 1998, pg. 11)

El concepto de Responsabilidad Empresarial está globalizado, con lo que las empresas que quieran operar abiertas al mundo tendrán que operar por convicción o por la exigencia de los mercados globales.

Existen miles de empresas que no aplican un modelo de gestión basado en Responsabilidad Empresarial y son sustentables económica y financieramente. Si a ese tipo de sustentabilidad se ha de referir, la Responsabilidad Empresarial no es necesaria para la sustentabilidad de la empresa. Ahora, cuando se habla de sustentabilidad de un negocio se incluye la satisfacción sostenida de todas las partes interesadas (stakeholders) (Universidad Nebrija, 2009) y no sólo de los accionistas, entonces sí, ésta responsabilidad es esencial para la sustentabilidad de una actividad. Esto parte de considerar a la empresa como un mecanismo necesario que actúa dentro del sistema social, generando expectativas en cuanto a su funcionamiento en cada una de las partes interesadas y/o afectadas (accionistas, empleados, proveedores, clientes, gobierno, etc.).

Las iniciativas mundiales en el ámbito de la Responsabilidad Social de la Empresa más destacables se representan en la Tabla 1.

Tabla 6. Iniciativas mundiales en el ámbito de la RSE

<p>Pacto Mundial: iniciativa lanzada por la Organización de las Naciones Unidas con el objetivo de promover la conciliación de los intereses empresariales con los valores y demandas sociales.</p>	<p>Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la RSE: Mediante el presente documento la Comisión Europea creó un foro de debate para conocer cómo la Unión Europea podría fomentar el desarrollo de la RS en las empresas europeas así como también en las internacionales, aumentar la transparencia y la calidad informativas de los sociedades y mejorar la contribución al desarrollo sostenible.</p>
<p>Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales: Se encuadran dentro de la “Declaración sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales” que la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE) publicó durante el año 2000. La finalidad de las directrices es promover la cooperación de las multinacionales al desarrollo sostenible, así como fomentar las actuaciones responsables.</p>	<p>Global Reporting Initiative: Iniciativa creada en 1997 por la organización no gubernamental CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) junto con PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente), con el apoyo de numerosas instituciones privadas, empresas, sindicatos, ONGs y otras organizaciones «con el objetivo de fomentar la calidad, el rigor y la utilidad de las Memorias de Sostenibilidad».</p>

Fuente: (Ruiz y Tobías 2006, p. 44).

De acuerdo a Torres (2009), la tendencia de la RSE muestra dos escenarios como son:

[...] el primero tiene que ver con la necesidad cada vez más creciente de los negocios de desarrollarse en función de este campo de trabajo, es decir de la gestión fundada en valores y liderazgo socialmente responsable, en donde las empresas se comprometen explícitamente con las comunidades, con sus necesidades en materia de educación y salud, y con temas como la defensa de los derechos humanos y el medio ambiente, entre otros.

El segundo hace referencia a la implementación de indicadores y parámetros de medición internacionales y nacionales orientados a evaluar a las compañías de acuerdo con su desempeño social.

Finalmente hay que decir que la RSE posiciona a las empresas de manera consistente. No es sólo un interés de maquillaje, aunque hay consideraciones y elementos de imagen importantes en este tema. Los empresarios colombianos tienen una enorme vocación de servicio, por eso han entendido el modelo como una herramienta adicional para servir y ayudar a construir país (Torres 2009, p. 74).

2.4 La ética en la Responsabilidad Social Empresarial

Los empresarios e inversionistas insisten en realizar su gestión con base en la rentabilidad, el crecimiento y el poder, y olvidan que con su actitud están abonando el terreno para que se incremente la violencia, al igual que la insatisfacción social. La solución que surge viene dada por intelectuales, líderes sociales y la gente común y corriente, quienes mediante actuaciones concretas deben entrar a presionar para que se dé un cambio sistémico y profundo. Así lo expresa

Capra, “[...] Una nueva sociedad civil, organizada en torno a la remodelación de la globalización, está emergiendo gradualmente” (Capra, 2002, pg. 279)

La responsabilidad social empresarial se enmarca en las reflexiones que hacen diferentes autores entre ellos Adela Cortina, donde manifiesta que “hoy existen responsabilidades globales que es preciso identificar y determinar quién y porqué deben asumirlas, en lo que califica como una Teoría filosófica de la Responsabilidad” (Cortina 2002, pg 111).

Añade la autora que “no sólo no existe incompatibilidad entre la necesaria competitividad empresarial y la ética, sino que muy por el contrario las empresas éticas son las más competitivas en el mercado”, (Cortina & Conill, 2010)

Afirma Cortina que la causa del éxito de las empresas conducidas éticamente se debe a que merecen credibilidad y generan confianza, valores éticos muy importantes en todos los entes laborales y personales.

Igualmente Cortina (2010) sostiene que, hay que recurrir a la ética cívica la cual implica libertad, igualdad y solidaridad, y también una “tolerancia activa” y un “*ethos* dialógico” (Cortina A. 1994, p. 40). La ética empresarial presupone a su vez, como ya se dijo, una ética cívica.

Una “ética de la empresa” implica, en esta concepción de Cortina, admitir, como auténticos valores:

[...] la calidad en los productos y en la gestión, la honradez en el servicio, el mutuo respeto en las relaciones internas y externas a la empresa, la cooperación por la que conjuntamente aspiramos a la calidad, la solidaridad al alza, que consiste en explotar al máximo las propias capacidades de modo que el conjunto de personas pueda beneficiarse de ellas, la creatividad, la iniciativa, el espíritu de riesgo (Cortina 1994, p. 38).

Una empresa éticamente impecable con objetivos de satisfacer necesidades humanas es ágil, con iniciativa, fomenta la cooperación, no el conflicto como antes, pues existe el interés común entre sus miembros, la solidaridad, el riesgo razonable y la corresponsabilidad, todo en un marco de justicia sin el que la empresa es inmoral (Cortina 2003, p. 275).

Una ética de la empresa ha de ser una actitud por la cual la organización adelante acciones que, en lugar de perjudicar los actores sociales, los beneficie y les permita alcanzar sus fines. De este modo, un comportamiento ético empresarial será aquel que respete los valores y derechos de su sociedad en la búsqueda de sus metas, acatando la legislación vigente, y respetando la conciencia moral de su sociedad.

Las empresas que suelen sobrevivir son en buena medida aquellas que generan internamente un sentido de pertenencia entre sus miembros y a la vez, una confianza entre el público de que sus necesidades son satisfechas por una empresa que mira al futuro (Cortina, 2000, pg. 269)

2.5 Mejores Prácticas

Una mejor práctica es una técnica que, con experiencia e investigación, han demostrado conducir confiablemente a un resultado deseado.

En el desarrollo de esta monografía se han considerado, una mejor práctica a las implementaciones que tienen las empresas que vayan más allá de la costumbre o normalización, que se caracteriza por ser voluntario e ir más allá de la exigencia del consumidor, aunque responda directamente a las expectativas que tiene.

Estas prácticas son las que dan una ventaja competitiva a la empresa respecto a los otros y sube un peldaño más respecto al valor agregado que otorga la normalización y la costumbre. El ser

“pionero” diferencia ante la competencia ya que la diferenciación no viene impuesta por el precio o algún atributo que pueda ser fácilmente “copiado”, sino por la incorporación de acciones que identifican a esa organización con una implicación mayor que el resto.

Se puede decir que lo que identifica el grado de responsabilidad social de una empresa es el grado de implicación de la organización entre estos niveles; entre la normalización que a veces viene impuesta por la presión de los consumidores y/o el mercado y la voluntariedad de la empresa en emprender acciones que benefician a uno o más de sus stakeholders.

Entre los principales ejemplos de mejores prácticas en construcción realizadas en la Unión Europea (UE), de acuerdo con la (Cumbre Europea de la Seguridad en Construcción, 2011), están:

Alemania, trabaja por reducir la exposición a sustancias peligrosas. La capa de asfalto de las carreteras suele colocarse a altas temperaturas, lo que produce emanaciones de gases y aerosoles que pueden provocar problemas respiratorios y náuseas entre los obreros que los inhalan. En Alemania, estos riesgos se han reducido añadiendo “zeolitos” a la mezcla asfáltica, lo que permite pavimentar con el asfalto a menor temperatura. Ello no sólo ha permitido disminuir la emanación de gases en un 50%: ha reducido el consumo de energía en un 30%, así como las emisiones de dióxido de carbono. Además, ha mejorado la durabilidad de la superficie asfáltica en casi un 60% (Cumbre Europea de la Seguridad en Construcción, 2011).

Francia, los accidentes disminuyen en un 10% gracias a una nueva estrategia francesa de fabricación y colocación de andamiajes. Arquitectos y fabricantes y contratistas de andamios han unido sus fuerzas en Francia para elaborar un documento que describe cómo fabricar, ensamblar y utilizar los distintos tipos de andamiajes para reducir al mínimo los riesgos de caídas. En un

período de cinco años, el número de accidentes por caída de altura se redujo en un 10% (Cumbre Europea de la Seguridad en Construcción, 2011).

Irlanda, una asociación irlandesa de seguridad en la construcción emite “pasaportes a la seguridad” para los obreros de la construcción. En Irlanda, preocupados por el alto número de accidentes mortales o graves en el pujante sector de la construcción, el gobierno y los interlocutores sociales decidieron unir sus fuerzas en 1999 para instaurar una cultura de la seguridad en el sector. En los cinco años que siguieron, el Construction Safety Partnership ha impartido a los 185 000 trabajadores irlandeses de la construcción un curso intensivo de un día para sensibilizarlos sobre el tema. El “pasaporte a la seguridad” que se les otorga al final del curso se ha convertido en obligatorio para poder trabajar en una obra (Cumbre Europea de la Seguridad en Construcción, 2011).

España, realizó El Informe Aldama sobre Buen Gobierno y Transparencia en las Empresas. Este informe ha sido el punto de referencia para la reforma de la Ley de Sociedades Anónimas y la Ley del Mercado de Valores. Se busca, entre otros, aumentar la responsabilidad de los administradores, la protección al pequeño accionista, obligaciones de transparencia (hacer públicos los pactos entre socios de compañías que coticen o la obligación de informar anualmente al gobierno sobre prácticas y estructura de “buen gobierno”). Pretende abordar el problema de aumentar la participación del inversor, regula las asociaciones de accionistas y la participación en las juntas de los inversores institucionales (fondos de inversión y pensiones) (Cumbre Europea de la Seguridad en Construcción, 2011).

Respecto a América, está:

Estados Unidos, cuenta con la ley “Sarbanes Oxley que busca proteger a los inversionistas mejorando la exactitud y fiabilidad de las cuentas corporativas realizadas de conformidad con las leyes de valores”. Además, establece la posibilidad de retener registros o documentos para auditorias. Está dirigida básicamente a la independencia del auditor, a la responsabilidad corporativa, a los descubiertos financieros en las empresas que coticen en bolsa, y a los conflictos de intereses de los analistas financieros (Ruiz & Tobías, 2006).

México, existen algunos esfuerzos desde la sociedad civil como AliaRSE que es una alianza de organizaciones empresariales de México, formada con el objetivo de promover la RSE.

Chile, está el estudio del Centro Vincular de Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible el cual muestra que en ese país han implementado el método de “concientizar a los empresarios de obtener beneficios creando valor económico, medio ambiental y social” (VINCULAR, 2006, p. 1).

2.6 Instrumentos relacionados con la medición de la responsabilidad social empresarial a nivel mundial

Las acciones que genera una empresa en Responsabilidad Social Empresarial y que representan impacto en la sociedad, no siempre cuentan con los instrumentos necesarios para su medición, por lo tanto, es importante conocer sobre las diferentes formas en que las organizaciones pueden realizar esa medición para lograr conocer el nivel de RSE en el que se encuentran. Por eso se hizo necesario estudiar los instrumentos a nivel internacional para determinar el más viable y el

cual se utilizó en el desarrollo de esta investigación comprendido en cuatro dimensiones como son Recursos Humanos, Producción, Mercadeo y Finanzas; se hace la comparación con las existentes.

2.6.1 DERES (Uruguay)

Plantea tres herramientas a través de las cuales la organización puede evaluar los niveles en el cual se encuentra:

El manual de la autoevaluación de la responsabilidad social busca una mirada introspectiva de la organización, para evaluar su desempeño en las áreas de la RSE así como su grado de desarrollo.

Maneja cinco áreas de evaluación:

Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo. Evalúa los siguientes aspectos: Accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, condiciones ambientales, inversión en prevención, salud y seguridad, participación de fuerza de trabajo por géneros, capacitación y desarrollo profesional, transparencia en la información, libertad de sindicalización, estructura de retribución, despidos, planes de retiro, familia y trabajador y percepciones colectivas e individuales.

Marketing responsable evalúa lo siguiente: Consideración de la opinión del cliente, proceso de reclamaciones, relaciones en la cadena de proveedores, investigación y desarrollo, marketing y comunicación.

Protección del medio ambiente: Medio ambiente como compromiso empresarial, prácticas de cuidado del medio ambiente, impacto medio ambiental.

Apoyo a la comunidad: Políticas de apoyo a la comunidad, asignación de recursos, voluntariado y participación.

Valores y principios éticos: Misión y visión, códigos de ética y conducta, procedimientos (DERES, 2005).

2.6.2 FUNDEMAS (Salvador)

La Fundación empresarial para la acción social propone nueve áreas de la RSE:

Misión y Visión, Valores éticos, Lugar de trabajo, Derechos Humanos, Mercadeo, Medio ambiente, comunidad, Política Pública, Gobernabilidad (FUNDEMAS, 2005).

2.7 Descripción del sector de la construcción a nivel Colombia

2.7.1 Caracterización del sector

En primera instancia es pertinente aclarar que se caracterizará el sector de la construcción con relación a obras de infraestructura urbana únicamente, las cuales hacen referencia a obras realizadas en el área urbana de Bogotá.

El desarrollo del sector de la construcción en el país ha estado ligado a la amplitud del mercado interno y al crecimiento de la economía. El mayor impulso a la actividad económica y al empleo, no sólo en Colombia sino en los países del alto crecimiento, proviene de los sectores líderes de exportación y construcción. El fenómeno que más afecta su desarrollo es la inflación.

La construcción ha sido y seguirá siendo un sector impulsor de la economía en todos los países. La construcción es el sector líder de la economía nacional: porque el nivel de importaciones es menor que el nivel de mano de obra no calificada, la cual es utilizada para la construcción, el

desarrollo del sector de la construcción va acompañado de otro tipo de construcciones, como, servicios públicos, edificios para oficina, entre otras.

En la década del 80 la reforma tributaria corrigió algunos puntos negativos que afectan el desarrollo de la construcción, se mencionan: La no deductibilidad del componente inflacionario, fue eliminado, tal y como lo afirma la Cámara Colombiana de la Construcción CAMACOL (2016), el endeudamiento es su materia básica para poder producir, la parte inflacionaria de la tasa de interés es un costo de producción, porque la construcción no tiene lugar sino tiene acceso al crédito.

La política económica en 1998 frenó la financiación al sector de la construcción.

Según las estadísticas del DANE en 1992 el sector de la construcción tuvo su gran auge ó reactivación, las principales ciudades que participaron en el crecimiento fueron: Bogotá, Medellín, Cali, Pereira, Ibagué, Manizales, Cartagena, Armenia y Cúcuta.

Desde que se inició la apertura de la economía, aparece el sector edificador como uno de los que anticipa el comportamiento económico general.

El gobierno atribuye este incremento en el sector de la construcción, a la entrada de capitales externos, la baja en las tasas de interés y la abundante disponibilidad de recursos en las Corporaciones de Ahorro y Vivienda. El auge ha sido principalmente en la construcción de vivienda, la cual participó en un 78% según datos de (CAMACOL, 2014).

La construcción es una actividad económica bastante inestable en Colombia, sin embargo hay que recalcar la importancia que tiene la construcción de vivienda en sus aportes a la generación de empleo a la mano de obra no calificada y en el bajo componente de importaciones que registra.

Se afirma que históricamente en Colombia se habla de ciclos de la construcción, es decir que tiene fases de ascenso y descenso. El ciclo ascendente aproximadamente dura entre 3 a 4 años mientras que el descendente de 2 a 3 años. Sin embargo en la actualidad juegan un papel muy importante la economía y la estabilidad jurídica.

Las características fundamentales del sector de la construcción actualmente, se relacionan con el gran número de empresas participantes, la gran diversidad en los tamaños de estas empresas y la persistencia de las empresas más representativas, pues estas últimas se mantienen a pesar del ciclo económico.

2.8 Marco Legal

Para los contratistas que llevan a cabo los proyectos de infraestructura urbana se les exigen una serie de requisitos que están regulados en la (Guía de manejo ambiental para el sector de la construcción, 2013) diseñada por la Secretaria Distrital de Ambiente, adoptada mediante la Resolución 1138 del 31 de Julio de 2013 que contempla aspectos de cumplimiento obligatorio procurando dar gran relevancia a las practicas relacionadas en la actividad de la construcción.

Cabe resaltar que en la (Guía de manejo ambiental para el sector de la construcción, 2013), se pretende dar mayor relevancia a las mejores prácticas en la actividad de la construcción con el preámbulo de elementos y conceptos para el manejo sustentable de los recursos agua, suelo, flora fauna aire y energía, así como del ciclo de los materiales para la construcción antes, durante y después de terminado los proyectos constructivos. (Guía de manejo ambiental para el sector de la construcción, 2013)

Así mismo la (Guía de manejo ambiental para el sector de la construcción, 2013) señala que en la constitución Política de Colombia en su Artículo 79 de 1991 reglamenta que: “las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano y es deber del estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines”.

De este modo, la Constitución Política de Colombia en su artículo 80 de 1991 impuso:

El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, conservación, restauración o sustitución.

Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados.

Según Van Der Hammen citado por la (Guía de manejo ambiental para el sector de la construcción, 2013) la relación existente entre la Estructura Ecológica Principal (EEP), el paisaje y la actividad de la construcción se encuentra en un deterioro eco-sistémico severo que presenta la Sabana de Bogotá y sus áreas circundantes

La mayoría de los proyectos urbanos que desarrollan las empresas constructoras se edifican encima de suelos con gran potencial biótico cerca de algún espacio que presta servicio ambiental, eco-sistémico o de conectividad ecológica urbano-rural causando impactos negativos (Guía de manejo ambiental para el sector de la construcción, edición, 2013) como se expone en la Tabla 2:

Tabla 2. Aspectos y bienes de protección que pueden ser impactados

Aspectos y bienes de protección que pueden ser impactados

IMPACTO	CAUSA	RECURSO AFECTADO
Cambio de uso de suelo establecido en el Decreto 190 de 2004	Invasión del área protegida con la construcción de infraestructura (cerramiento, muros, campamentos, acopio de materiales, entre otros).	Suelo, agua, flora y fauna
Cambio de la topografía	Por la excavación, compactación y/o depósito de material	Suelo, agua, paisaje, flora y fauna
Pérdida de cobertura vegetal y desplazamiento de fauna características del área protegida	Debido a las intervenciones realizadas por excavación, compactación y/o depósito, las cuales alteraron la composición del suelo erradicando la vegetación y la fauna existente antes de la intervención.	Fauna, flora, paisaje y suelo
Pérdida de las funciones básicas del área protegida	Por invasión del área protegida	Fauna, flora, suelo, agua y paisaje
Alteración del paisaje	Debido a las diversas disposiciones de diferentes materiales que se realizan al interior del límite legal del ecosistema, contribuyendo al cambio de la topografía y modificación de la capacidad de regulación hídrica que tiene esta área	Suelo, fauna, flora, agua y paisaje
Contaminación del ecosistema	Por la alteración del ambiente con sustancias o formas de energía puestas por actividad humana, en cantidades o niveles capaces de atentar contra la flora y la fauna y degradar la calidad del ambiente	Suelo, fauna, flora, aire, agua y paisaje
Mezcla de residuos sólidos con RCD	Carencia en la clasificación de los residuos dispuestos al interior del predio	Suelo, aire, agua, paisaje, flora y fauna
Afectación y volcamiento de individuo arbóreos	Por el paso de vehículos, disposición inadecuada de escombros, acopio de materiales y derrame de hidrocarburos	Fauna, flora, suelo, agua, paisaje y aire
Generación de gran cantidad de material particulado en suspensión	Por la falta de medidas de mitigación (humectación) de las zonas que fueron niveladas	Aire, agua, flora y flora

Fuente: (Guía de manejo ambiental para el sector de la construcción, 2013)

De acuerdo con la Constitución del 91 es “deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular”¹. En dado caso que las constructoras no acaten la normatividad impuesta, existe la Ley 1333 de 2009 la cual establece el procedimiento sancionatorio ambiental.

¹ Artículo 82, Constitución Política de Colombia – 1991

2.9 Grupo Emtiria

Por autorización de las directivas de la empresa, la información en este numeral consignada, es proporcionada directamente por la página Web de la empresa, puesto que manifiestan que es la misma que está en los manuales internos de la compañía.

El Grupo Emtiria, nació en el año 2011, como una compañía dedicada al diseño, construcción, mantenimiento e interventoría de proyectos de obras civiles, arquitectónicas, proyectos de vivienda y de telecomunicaciones.

La filosofía de trabajo de la compañía se basa en la búsqueda de una relación a largo plazo con sus clientes, adaptándose a sus necesidades, comprometiéndose con ellos a encontrar la mejor solución técnico – económica para cada proyecto.

La experiencia del personal involucrado, les ha proporcionado las técnicas necesarias para operar en múltiples actividades de ingeniería y arquitectura típicas en proyectos tanto propios, como con entidades estatales y privadas (Grupo Emtiria S.A.S., s.f.)

2.9.1 Misión

Prestar servicios integrales de ingeniería y arquitectura en diseño, consultoría y construcción con sus socios estratégicos y un equipo humano cálido, idóneo, en permanente desarrollo personal y profesional, contando con las mejores herramientas tecnológicas y un constante mejoramiento de sus procesos, de tal forma que nuestros clientes una vez integrados en la búsqueda de soluciones, superen sus expectativas y logremos beneficios justos con los grupos de interés (Grupo Emtiria S.A.S., s.f.).

2.9.2 Visión

Ser una empresa consolidada en el sector de la ingeniería y arquitectura, por sus proyectos en diseño y construcción, que integren soluciones en durabilidad, valorización, seguridad, estabilidad y confort (Grupo Emtiria S.A.S., s.f.)

Los servicios que presta son:

1. Diseño: Generan propuestas e ideas para la creación y realización de espacios físicos, planifican la generación de los detalles de imagen, estética, sistemas estructurales y demás componentes de la obra, incluyendo el concepto de innovación y la generación de valor agregado a sus clientes.

2. Construcción: Identifican, planean y desarrollan las actividades necesarias vinculadas a la construcción civil, asegurando a sus clientes que los proyectos que ejecutan cumplen con los requisitos de calidad y oportunidad.

La experiencia que tienen se encuentra ubicada principalmente en la construcción de edificaciones, infraestructura vial, urbanismo, espacio público, redes de acueducto y alcantarillado entre otras.

3. Interventoría: Realizan acompañamiento técnico en la construcción del proyecto, supervisan, coordinan y controlan la ejecución de los contratos que los clientes suscriben con sus contratistas con el fin de que sean ejecutados de manera oportuna, confiable y eficiente en la utilización de los recursos asignados, siguiendo los planos, diseños y especificaciones realizadas por los diseñadores.

4. Alquiler de equipos: Ofrecen el servicio de alquiler de máquinas retroexcavadoras, retro cargadores y herramientas para la construcción civil. (Grupo Emtiria S.A.S., s.f.)

2.9.3 Acciones en Responsabilidad Social Externa

La empresa reporta que en los cinco años de funcionamiento, han realizado pocas donaciones, entre ellas está la ayuda económica para el estudio de bachillerato para el hijo de un empleado tercerizado, el cual costó al año \$1.275.000.

Otra acción fue la donación para un niño enfermo de cáncer del hospital Infantil San José por \$3.000.000.

La última acción en Responsabilidad Social Empresarial, la realizaron en Barranquilla donde está la última obra y donaron a la comunidad local el arreglo de un parque con atracciones infantiles, por un costo de \$4.890.000.

Sus ayudas totales en cinco años han sido por valor de \$9.165.000

3. METODOLOGÍA Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Se inicia por describir el instrumento que se va a utilizar al igual que mostrar las dimensiones generales y los indicadores que en cada una de ellas está, en sí, la clasificación general de los indicadores según la herramienta Ethos, el tipo de investigación, muestra y población utilizada.

3.1 INSTITUTO ETHOS. (Brasil)

El instituto habla de Herramientas de Gestión las cuáles buscan básicamente apoyar y orientar a las empresas en la incorporación de prácticas y conceptos de RSE y en los procesos de gestión empresarial.

Esta herramienta permite gerenciar y evaluar los impactos económicos, sociales y ambientales de las actividades realizadas por las empresas. Los indicadores Ethos proponen que para lograr evaluar la empresa, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

Empresa: Historia, principios y valores, estructura y funcionamiento, gobierno corporativo.

Negocio: Visión, Diálogo con partes interesadas, indicadores de desempeño (económico, social y ambiental).

Localizador de Herramientas: Parte de la base de que existen ejemplos y herramientas que están a disposición de las empresas interesadas. Por esto, el instituto Ethos propone utilizar sus instrumentos de navegación en Internet que facilita el acceso a información actualizada sobre herramientas de gestión. Utiliza los siguientes temas de búsqueda: Valores y transparencia, público interno, medio ambiente, comunidades, gobierno y sociedad y además procesos de planeación estratégica y operacionales.

Los Indicadores Ethos, son un instrumento de autoevaluación y aprendizaje de uso básicamente interno. Busca evaluar prácticas de RSE y compararse con otras empresas; coadyuva a la realización de una planeación estratégica como al monitoreo del desempeño de la organización

A partir del año 2010, el Instituto Ethos comenzó un proceso de ampliación y mayor entendimiento de los indicadores, dentro del contexto de la responsabilidad empresarial de las empresas adscritas, por lo que actualizó sus estándares e indicadores y su forma de aplicación (Instituto Ethos, 2015).

La herramienta también consolida la experiencia regional latinoamericana, adaptando los indicadores a los contextos expuestos y evidenciados en América Latina a través del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Empresarial PLARSE (Instituto Ethos, 2015).

Con la convergencia de todas estas organizaciones, se creó un nuevo y actual modelo de indicadores para identificar en qué estado se encuentran las empresas en Latinoamérica, los cuales aúnan parámetros comunes dentro de la gestión de responsabilidad social empresarial, los cuales se adaptaron para que las organizaciones se ubiquen como primera medida en que estadio o fase se encuentran y a partir de allí, inicien su proceso dentro de los indicadores en profundidad que proponen los indicadores Ethos. Además a lo anterior, el esquema general se puede observar en la tabla 3.

Tabla 3. Tipos de preguntas en los Indicadores Ethos

Preguntas de Profundidad	Preguntas Binarias	Preguntas Cuantitativas
Representadas por cuatro cuadros adyacentes, presentan la evolución de prácticas en cada indicador	Preguntas con respuestas de "sí ó no", que orientan claramente la etapa de elección	Preguntas numéricas para soportar la definición de objetivos y metas claras para el próximo ciclo de aplicación de los indicadores Ethos

Fuente: Elaboración propia basada en (Instituto Ethos 2015, p. 10)

Lo importante para una empresa que inicia su status para saber en qué fase se encuentra, se basa en los pasos de los indicadores o preguntas de profundidad, los cuales se representan en cuatro fases contiguas que indican el estadio en el que se encuentra cada práctica realizada por la empresa, generando una evolución de una etapa a la otra, logrando así determinar en qué estadio se encuentra la empresa.

Los estadios o fases incluidos en las preguntas de profundidad, son:

Fase 1. Etapa básica de acciones de la empresa. Pertenece al nivel reactivo que indican las exigencias legales.

Fase 2. Etapa intermedia de acciones, donde la compañía protege sus gestiones de manera defensiva, aunque tenga muestras de avances en el camino de mejores prácticas.

Fase 3. Etapa avanzada de acciones, donde se registran las bondades de sobrepasar el límite legal y la conformidad que dan las mejores prácticas, debido a pasar las expectativas más allá de lo legal propuestas por la empresa. En esta fase la RSE y el desarrollo sostenible son catalogados estratégicos para el funcionamiento de la misma.

Fase 4. Etapa proactiva, donde la organización ha llegado a alcanzar estándares sobresalientes en sus mejores prácticas, llegando a involucrar a todos sus stakeholders. Se debe clasificar a la empresa en una de las fases anteriores, o en la que más cercana esté a su desempeño real.

3.2 Clasificación e indicadores principales de la herramienta Ethos

Tabla 4. Clasificación e indicadores principales de la herramienta Ethos

	DIMENSIONES	INDICADOR PRINCIPAL	
VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBERNANZA	AUTORREGULACIÓN DE LA CONDUCTA	Indicador 1 - Compromisos Éticos	
		Indicador 2 - Arraigo en la Cultura Organizativa	
		Indicador 3 - Gobernanza Corporativa	
	RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD	Indicador 4 - Relaciones con la Competencia	
		Indicador 5 - Diálogo con las Partes Involucradas (Stakeholders)	
		Indicador 6 - Balance Social	
PÚBLICO INTERNO	DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN	Indicador 7 - Relaciones con Sindicatos	
		Indicador 8 - Gestión Participativa	
	RESPECTO AL INDIVIDUO	Indicador 9 - Compromiso con el Futuro de los Niños	
		Indicador 10 - Compromiso con el Desarrollo Infantil	
		Indicador 11 - Valoración de la Diversidad	
		Indicador 12 - Compromiso con la Equidad Racial	
		Indicador 13 - Compromiso con la Equidad de Género	
		Indicador 14 - Relaciones con Trabajadores Tercerizados	
	TRABAJO DECENTE	Indicador 15 - Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera	
		Indicador 16 - Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones Laborales	
		Indicador 17 - Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	
		Indicador 18 - Conducta frente a Despidos	
		Indicador 19 - Preparación para la Jubilación	
	MEDIO AMBIENTE	RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS	Indicador 20 - Comprometimiento con la Mejoría de la Calidad Ambiental
			Indicador 21 - Educación y Concienciación Ambiental
		GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL	Indicador 22 - Administración del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios
			Indicador 23 - Sustentabilidad de la Economía Forestal
	PROVEEDORES	SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN CON PROVEEDORES	Indicador 24 - Minimización de Entradas y Salidas de Materiales
			Indicador 25 - Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores
Indicador 26 - Trabajo Infantil en la Cadena Productiva			
Indicador 27 - Trabajo Forzado (o análogo al esclavo) en la Cadena Productiva			
CONSUMIDORES Y CLIENTES	DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO	Indicador 28 - Apoyo al Desarrollo de Proveedores	
		Indicador 29 - Política de Comunicación Comercial	
		Indicador 30 - Excelencia de la Atención	
		Indicador 31 - Conocimiento y Administración de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	
COMUNIDAD	RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL	Indicador 32 - Administración del Impacto de la Compañía en la Comunidad de Entorno	
	ACCIÓN SOCIAL	Indicador 33 - Relaciones con Organizaciones Locales	
		Indicador 34 - Financiamiento de la Acción Social	
GOBIERNO Y SOCIEDAD	TRANSPARENCIA POLÍTICA	Indicador 35 - Involucración de la Compañía con la Acción Social	
		Indicador 36 - Contribuciones para Campañas Políticas	
		Indicador 37 - Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	
	LIDERAZGO SOCIAL	Indicador 38 - Prácticas contra la Corrupción y la Coima	
		Indicador 39 - Liderazgo e Influencia Social	
		Indicador 40 - Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	

Fuente: (Instituto Ethos, 2015)

Como se mostró anteriormente, la herramienta Ethos se divide en 13 dimensiones principales y ellas a su vez en cuarenta indicadores, los cuales se deben evaluar las cuatro fases propuestas en las preguntas de profundidad.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la elaboración de esta monografía se desarrolló como base la investigación descriptiva, la cual requiere de un conocimiento del área que se investiga para formular las preguntas específicas las cuales se busca responder, y están basadas en la medición de uno o más atributos del fenómeno descrito. Por esto, se escogió este tipo de investigación ya que, se deben evaluar las acciones del Grupo Emtiria con respecto a su implementación de la responsabilidad social en su empresa, identificándolas a través de un estudio exploratorio en el cual se recoge información que permite identificar las necesidades y problemas expuestos por la empresa en estudio.

A partir de la exploración de las acciones encontradas, se procede a la aplicación de los indicadores Ethos, ya que permite realizar evaluaciones y hacer seguimiento de la gestión de la responsabilidad social en la empresa. Es una herramienta diseñada en Brasil con la cual se contribuye a que las organizaciones obtengan mayor desarrollo de sus políticas como de planificación estratégica de sus prácticas en RSE.

Por lo anterior, el enfoque es de tipo descriptivo – analítico, el cual “se ocupa de la descripción de las características que identifican los diferentes elementos y componentes y su interrelación, su propósito es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación” (Hernández Sampieri 2011, p. 198).

MUESTRA

El estudio se realizó en la empresa Grupo Emtiria, la cual abarca gran cantidad de miembros que forman parte de ella, se tomó una muestra representativa de 4 colaboradores según lo recomienda el Instituto ETHOS, la empresa designo a una persona encargada de cada área (Recursos Humanos, Finanzas, Mercadeo y Producción), estas tenían mayor acceso a la información y al tema planteado en la investigación.

POBLACIÓN

El Grupo Emtiria genera tanto empleos directos como indirectos por esta razón tienen una población variable en cada mes del año dependiendo de los proyectos y obras que ejecutan, sin embargo en la parte administrativa tienen 30 personas tiempo completo y las cuales se encargan de trabajos administrativos y al momento de realizar el estudio la empresa escogió entre esas 30 personas 4 personas encargadas de contestar las preguntas de los indicadores del área correspondiente. De esas 4 personas el 50% fueron hombres y un 50% mujeres, teniendo a 2 hombres en las áreas de producción y mercadeo y a 2 mujeres en recursos humanos y finanzas.

PROCEDIMIENTO GENERAL

ETAPA DE ENTRADA

En esta etapa se obtuvieron los contactos iniciales con el Grupo Emtiria, se investigó sobre la empresa, sus objetivos y necesidades en el tema de Responsabilidad Social Empresarial.

ETAPA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Se utilizaron las siguientes herramientas para el desarrollo de esta etapa:

Observación de información de los manuales internos de la empresa y página web.

Recolección de información por parte de los designados por la empresa para el desarrollo del instrumento Ethos.

Observación de las situaciones de la empresa que involucren el tema de la investigación.

ETAPA DE SALIDA

Después de tener la información requerida, se tabularon los datos con lo que se hizo un análisis y se llegó a unas recomendaciones que puede desarrollar la empresa si desea ser una empresa socialmente responsable.

3.3 Instrucciones en la aplicación de los indicadores

Así como lo recomienda el Instituto Ethos, por cada área debe contestar un profesional que designe la empresa para tal fin, esto determinará el inicio del análisis de las acciones de RSE realizadas por el Grupo Emtiria, las cuales se podrán equiparar con la misión y visión de la empresa como del código de conducta que tienen dentro del reglamento interno de la misma.

Con lo anterior, se identificará las gestiones que necesiten colaboración como iniciativa dando un paralelo detallado sobre los nuevos caminos a seguir para realizar una buena planificación estratégica.

De igual modo, se sugirió al inicio del proceso, la importancia del diálogo directo con los stakeholders, los cuales permitirían conocer de primera mano las falencias o fortalezas que pudieran tener en RSE. Este punto no fue acogido de buena forma por la empresa, solo se permitió que en la parte de producción contestara un oficial de obra, que son empleados tercerizados de la compañía.

Cada área escogida (recursos humanos, mercadeo, finanzas y producción), tuvo un coordinador central el cual fue el que contestó el instrumento entregado a ellos.

Una vez se escogieron los coordinadores de cada área, se dispuso una capacitación del llenado del instrumento, para que se manejaran criterios unificados y las respuestas tuvieran mayor profundización y reflexión al interior de cada dependencia.

La herramienta Ethos no es un instrumento de presión, con el cual la empresa tenga un tiempo determinado para su elaboración, minimizando de este modo algún medio de presión, el instituto tiene una plataforma virtual muy desarrollada, la cual permite el llenado del cuestionario de forma paulatina sin crear inconvenientes para que sus respuestas sean enviadas en el tiempo y a la medida de cada compañía. Además, el Instituto Ethos indica que una vez se vaya llenando el cuestionario, ellos contestan en ese momento, cuando sería la retroalimentación o diagnóstico que ellos enviarían a la empresa, esto, una vez sea cancelado e inscrito la empresa en su base de datos; sin embargo advierten que, esta contestación se hará aproximadamente entre uno a dos meses una vez sea contestado en su totalidad.

Conforme a lo indicado por el Grupo Emtiria, se hizo una evaluación inicial al cuestionario, donde una vez analizado por ellos, mostraron qué indicadores no aplican, cuales no contestarán ya sea porque no los han tenido en cuenta o porque no los consideran pertinentes en la compañía, esto se ve evidenciado en el Anexo 1 (*Clasificación de los indicadores según el Grupo Emtiria*)

3.4 Etapas en las que se encuentra el Grupo Emtiria según los indicadores Ethos

Tabla 5. Etapas en las que se encuentra el Grupo Emtiria según los indicadores Ethos

DIMENSIONES	INDICADOR PRINCIPAL	ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4
AUTORREGULACIÓN DE LA CONDUCTA	Indicador 1 - Compromisos Éticos				
	Indicador 2 - Arraigo en la Cultura Organizativa				
	Indicador 3 - Gobernanza Corporativa				
RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD	Indicador 4 - Relaciones con la Competencia				
	Indicador 5 - Diálogo con las Partes Involucradas (Stakeholders)				
	Indicador 6 - Balance Social				
DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN	Indicador 7 - Relaciones con Sindicatos				
	Indicador 8 - Gestión Participativa				
RESPECTO AL INDIVIDUO	Indicador 9 - Compromiso con el Futuro de los Niños				
	Indicador 10 - Compromiso con el Desarrollo Infantil				
	Indicador 11 - Valoración de la Diversidad				
	Indicador 12 - Compromiso con la Equidad Racial				
	Indicador 13 - Compromiso con la Equidad de Género				
TRABAJO DECENTE	Indicador 14 - Relaciones con Trabajadores Tercerizados				
	Indicador 15 - Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera				
	Indicador 16 - Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones Laborales				
	Indicador 17 - Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad				
RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS	Indicador 18 - Conducta frente a Despidos				
	Indicador 19 - Preparación para la Jubilación				
GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL	Indicador 20 - Comprometimiento con la Mejoría de la Calidad Ambiental				
	Indicador 21 - Educación y Concienciación Ambiental				
	Indicador 22 - Administración del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios				
SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ASOCIACIÓN CON PROVEEDORES	Indicador 23 - Sustentabilidad de la Economía Forestal				
	Indicador 24 - Minimización de Entradas y Salidas de Materiales				
	Indicador 25 - Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores				
	Indicador 26 - Trabajo Infantil en la Cadena Productiva				
DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO	Indicador 27 - Trabajo Forzado (o análogo al esclavo) en la Cadena Productiva				
	Indicador 28 - Apoyo al Desarrollo de Proveedores				
	Indicador 29 - Política de Comunicación Comercial				
RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL	Indicador 30 - Excelencia de la Atención				
	Indicador 31 - Conocimiento y Administración de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios				
ACCIÓN SOCIAL	Indicador 32 - Administración del Impacto de la Compañía en la Comunidad de Entorno				
	Indicador 33 - Relaciones con Organizaciones Locales				
TRANSPARENCIA POLÍTICA	Indicador 34 - Financiamiento de la Acción Social				
	Indicador 35 - Involucración de la Compañía con la Acción Social				
	Indicador 36 - Contribuciones para Campañas Políticas				
LIDERAZGO SOCIAL	Indicador 37 - Construcción de la Ciudadanía por las Empresas				
	Indicador 38 - Prácticas contra la Corrupción y la Coima				
LIDERAZGO SOCIAL	Indicador 39 - Liderazgo e Influencia Social				
	Indicador 40 - Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales				

Fuente: (Instituto Ethos, 2015)

Como se pudo observar, el Grupo Emtiria se encuentra entre la fase 1 y la fase 2, indicando que en su mayoría está en la etapa básica o fase 1, donde la empresa está iniciando con acciones de RSE, es decir, se encuentra en las exigencias legales básicas. En algunos casos o los expuestos en la fase 2, se ha avanzado paso a paso en áreas donde ya está siendo visible la conformidad con algunas prácticas ejercidas por ellos. En los indicadores donde se marca en ambas fases, se evidencia que la empresa aunque esté en fase 1, ya ha empezado a desarrollar e implementar acciones que se encuentran en fase 2.

3.5 Resultados de la aplicación del instrumento Ethos

La empresa definió y decidió en la contestación del instrumento, que lo iba a catalogar con respuestas de SI – NO y NO APLICA para hacer entender el estado en el que se encuentra como de los avances que han tenido en ciertas áreas.

Igualmente, quiso adicionar una columna final de observaciones, donde incluyó las cuestiones cualitativas que en algunas preguntas pide el instrumento, además de dar ciertas opiniones de cómo la empresa maneja de acuerdo a la pregunta si le aplica.

Sus resultados se observaran en el Anexo 2 (*Clasificación de los indicadores por Departamento*) ahí se encuentran únicamente los indicadores que contestaron, en cualquiera de sus opciones de respuesta, los que no están, como se mencionó anteriormente, es porque la empresa no los ha tenido en cuenta, o porque no creen que sean relevantes para las funciones de la organización, además que hasta ahora quieren empezar a incursionar en la adopción de la RSE, por lo tanto hay

muchos indicadores que hasta el momento ni los conocían o no sabían que había que tenerlos en cuenta.

Así, los resultados generales de la aplicación de los resultados Ethos son los que se muestran en la tabla 6.

Tabla 7. Resultados Generales de indicadores contestados

Resultados Generales de indicadores contestados

	S	N	N.A.
R.H.	64	12	6
P.	18	20	8
F.	9	4	0
M.	27	13	3
R.H. y F.	1	1	
P. y F.	2	2	
Total General	121	52	17

El mayor número de respuestas las dieron para SI, con una frecuencia de 121 respuestas equivalentes al 26%, en NO la frecuencia fue de 52 correspondiente al 11% y en respuestas de No Aplica N.A., fueron 17 con un 4%. De un total de 458 preguntas en general contenidas en los 40 indicadores, se respondieron en total 190 preguntas equivalentes al 42% del total de indicadores.

Lo anterior, se puede evidenciar en la tabla 7.

Tabla 8. Total General

INDICADOR PRINCIPAL	PREGUNTAS TOTALES	TENIDO EN CUENTA	NO TENIDO EN CUENTA
Indicador 1 - Compromisos Éticos	24	12	12
Indicador 2 - Arraigo en la Cultura Organizativa	3	2	1
Indicador 3 - Gobernanza Corporativa	13	8	5
Indicador 4 - Relaciones con la Competencia	11	2	9
Indicador 5 - Diálogo con las Partes Involucradas (Stakeholders)	2	2	0
Indicador 6 - Balance Social	20	1	19
Indicador 7 - Relaciones con Sindicatos	9	0	9
Indicador 8 - Gestión Participativa	3	2	1
Indicador 9 - Compromiso con el Futuro de los Niños	7	0	7
Indicador 10 - Compromiso con el Desarrollo Infantil	64	8	56
Indicador 11 - Valoración de la Diversidad	27	1	26
Indicador 12 - Compromiso con la Equidad Racial	27	0	27
Indicador 13 - Compromiso con la Equidad de Género	22	11	11
Indicador 14 - Relaciones con Trabajadores Tercerizados	15	11	4
Indicador 15 - Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera	15	8	7
Indicador 16 - Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones Laborales	17	11	6
Indicador 17 - Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	20	15	5
Indicador 18 - Conducta frente a Despidos	5	2	3
Indicador 19 - Preparación para la Jubilación	6	0	6
Indicador 20 - Comprometimiento con la Mejoría de la Calidad Ambiental	6	6	0
INDICADOR PRINCIPAL	PREGUNTAS TOTALES	TENIDO EN CUENTA	NO TENIDO EN CUENTA
Indicador 21 - Educación y Concienciación Ambiental	3	3	0
Indicador 22 - Administración del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios	9	7	2
Indicador 23 - Sustentabilidad de la Economía Forestal	6	0	6
Indicador 24 - Minimización de Entradas y Salidas de Materiales	15	15	0
Indicador 25 - Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	13	7	6
Indicador 26 - Trabajo Infantil en la Cadena Productiva	2	2	0
Indicador 27 - Trabajo Forzado (o análogo al esclavo) en la Cadena Productiva	3	0	3
Indicador 28 - Apoyo al Desarrollo de Proveedores	7	2	5
Indicador 29 - Política de Comunicación Comercial	10	6	4
Indicador 30 - Excelencia de la Atención	21	16	5
Indicador 31 - Conocimiento y Administración de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	8	7	1
Indicador 32 - Administración del Impacto de la Compañía en la Comunidad de Entorno	14	10	4
Indicador 33 - Relaciones con Organizaciones Locales	2	2	0
Indicador 34 - Financiamiento de la Acción Social	6	4	2
Indicador 35 - Involucración de la Compañía con la Acción Social	11	6	5
Indicador 36 - Contribuciones para Campañas Políticas	2	0	2
Indicador 37 - Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	1	0	1
Indicador 38 - Prácticas contra la Corrupción y la Coima	3	2	1
Indicador 39 - Liderazgo e Influencia Social	3	0	3
Indicador 40 - Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	3	0	3
TOTAL GENERAL PREGUNTAS Y RESPUESTAS	458	191	267

El Grupo Emtiria, no cuenta con un departamento de RSE, ni de bienestar social, todo se centraliza a partir del departamento de Recursos Humanos. Tanto recursos humanos como calidad son los encargados en cierta forma de asumir las funciones en este campo. Hay ocasiones en que los clientes o contratistas hacen ciertas exigencias, para lo cual la empresa contrata asesores externos.

Las empresas de construcción son las que más tienen que ver con temas de RSE, debido a que ejercen fuerte impacto sobre las comunidades, el cliente y el medio ambiente es afectado de forma más directa, igualmente, están más expuestas a la veeduría ciudadana y a los organismos de control.

3.5.1 Resultados área Recursos Humanos

Una de las características más sobresalientes del sector de la construcción es la falta de garantías del personal en cuanto a estabilidad laboral, ya que dependen de los contratos y licitaciones que le sean adjudicados a las empresas, por lo que la permanencia de las personas en las compañías es condicionada; esta situación genera que las políticas y programas que emprende el Grupo Emtiria a nivel de responsabilidad social empresarial no sean visualizadas a largo plazo ni incluidas en sus políticas empresariales. Por tal razón no se contemplan programas de jubilación por el carácter temporal de los trabajadores.

Se observa que la empresa busca generar espacio de participación y comunicación con los trabajadores, con el fin de mantener un clima organizacional sano, sin embargo temas como las

políticas salariales o la participación directa en decisiones estratégicas de la compañía es manejada directamente por los socios.

Existen políticas en cuanto a temas de discriminación en edad, sexo, raza y género, la empresa es consciente de que son temas que por normatividad (Constitución, Código Laboral), se deben acatar, sin embargo no están definidos como parte de las políticas empresariales.

En cuanto a las jornadas laborales se encontró que no se ofrece flexibilidad para que los trabajadores compartan más tiempo con sus familias, ya que los proyectos se ejecutan con tiempos ajustados que hacen que las personas tengan que invertir su tiempo personal.

No se presentan políticas relacionadas con la vinculación de personas con discapacidad o poblaciones vulnerables, probablemente por el tipo de actividad y de riesgo al que constantemente se exponen.

En el momento en que se contratan a las personas, deben cumplir una serie de requisitos a nivel de conocimientos y formación establecidos previamente por el cliente, por este motivo los programas encaminados a la formación de los trabajadores son escasos y los que brindan estos beneficios se relacionan con la parte técnica inherente a la función. La participación de la familia en los procesos empresariales es nula.

3.5.2 Resultados área Producción

Para responder los indicadores que eligieron para producción, la empresa asignó a un stakeholder (director de obra), el cual informan que aunque es un trabajador tercerizado ha mantenido perdurabilidad en la empresa por los cinco años de funcionamiento, aunque con contratos diferentes dependiendo de cada proyecto.

Las preguntas que no fueron respondidas correspondientes a ésta área, posiblemente fue porque son preguntas que exigen un grado de compromiso y de conocimiento del tema que aún la empresa no está dispuesta a asumir.

Dentro de esta dimensión de producción se destaca, que las relaciones que se establecen con las comunidades que se impactan, tienen previstos programas de información, atención de quejas y reclamos y actividades que ayudan a garantizar la durabilidad de las obras (Talleres); actividades que son exigidas por el cliente, no se asigna presupuesto más allá de lo estrictamente legal y obligatorio.

En el tema de medio ambiente se cumple con los requerimientos del cliente, los órganos de control y las leyes establecidas relacionadas con el tema.

3.5.3 Resultados área de Finanzas

En el área de Finanzas se pudo analizar que no se considera la Responsabilidad Social Empresarial como una nueva estrategia, tal vez porque no ven que represente ventajas competitivas además a las que ya tienen, asimismo porque no es considerada rentable ya que su implementación requiere la disposición de recursos.

Un punto importante para resaltar en esta dimensión, es que la empresa manifiesta un gran interés por tener transparencia en sus acciones y que la corrupción no sea una estrategia de negocio aunque son explícitos en decir que en el sector es difícil mantener esta postura por la competencia desleal y el tipo de contratación actual.

Para el Grupo Emtiria es importante tener canales de comunicación adecuados con los socios y dueños de las empresas proveedoras con el fin de clarificar los objetivos y las estrategias. Pero

por otro lado, no existe mayor interés por tener canales de comunicación con los trabajadores ni socializar el desempeño de la Organización.

En cuanto a la normatividad las empresas deben ajustarse a los estándares internacionales relacionados con los procesos de la Ingeniería como a los nacionales y departamentales.

3.5.4 Resultados área Mercadeo

En el área de Mercadeo se destaca que la empresa no tiene certificación alguna, que califique la calidad de sus proyectos y su servicio; el más característico en el sector es el certificado de calidad ISO, y en muchas ocasiones suele ser exigencia del cliente.

Es importante anotar que el concepto de calidad va unido a la normatividad ya que está mediado por sanciones y multas, es decir, si los productos no cumplen con las especificaciones del cliente se suscriben las pólizas firmadas y se castiga para las próximas licitaciones. En la empresa no se ha elaborado un código voluntario de conducta que aplique a su cadena de contratistas y de valor.

4. Discusión de Resultados

Para realizar la discusión sobre los resultados expuestos, se basó en los indicadores que respondieron y en los que no se contestaron los cuales se indican en rojo, lo cual se puede observar en la tabla 8.

Tabla 9. Indicadores respondidos y no contestados

Indicadores respondidos y no contestados

TOTAL INDICADORES	ÁREAS QUE INTERVIENEN
INDICADOR 1. Compromisos Éticos	R.H., P. y F
INDICADOR 2. Arraigo en la Cultura Organizativa	R.H.
INDICADOR 3. Gobernanza Corporativa	R.H. y F.
INDICADOR 4. Relaciones con la Competencia	M.
INDICADOR 5. Diálogo con las Partes Involucradas (Stakeholders)	R.H.
INDICADOR 6. Balance Social	
INDICADOR 7. Relaciones con Sindicatos	
INDICADOR 8. Gestión Participativa	M. y P.
INDICADOR 9. Compromiso con el Futuro de los Niños	
INDICADOR 10. Compromiso con el Desarrollo Infantil	R.H.
INDICADOR 11. Valorización de la Diversidad y Promoción de la Equidad Racial y de	R.H.
INDICADOR 12. Compromiso de la Empresa con la Equidad y no Discriminación Racial	
INDICADOR 13. Compromiso de la Empresa con la Promoción de la Equidad de Género.	M. y R.H.
INDICADOR 14. Relaciones con Trabajadores Tercerizados	R.H.
INDICADOR 15. Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera	R.H. y F.
INDICADOR 16. Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo	R.H.
INDICADOR 17. Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	R.H.
INDICADOR 18. Conducta frente a Despidos.	P.
INDICADOR 19. Preparación para Jubilación	
INDICADOR 20. Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental.	R.H. y P.
INDICADOR 21. Educación y Concienciación Ambiental.	P.
INDICADOR 22. Gerenciamiento del Impacto en el Medio.	M. y P.
INDICADOR 23. Sustentabilidad de la Economía Forestal.	
INDICADOR 24. Minimización de Entradas y Salidas de Materiales.	P.
INDICADOR 25. Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores.	P. y M.
INDICADOR 26. Trabajo Infantil en la Cadena Productiva.	R.H.
INDICADOR 27. Trabajo Forzado (ó Análogo al Esclavo) en la Cadena Productiva.	
INDICADOR 28. Apoyo al Desarrollo de Proveedores.	P.
INDICADOR 29. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN COMERCIAL.	M.
INDICADOR 30. Excelencia de la Atención.	M.
INDICADOR 31. Conocimiento y Gerenciamiento de los daños potenciales de los Productos	M.
INDICADOR 32. Gerenciamiento del Impacto de la Compañía en la Comunidad de Entorno.	P. y F.
INDICADOR 33. Relaciones con Organizaciones Locales.	P. y M.
INDICADOR 34. Financiamiento de la Acción Social.	P., M. y F.
INDICADOR 35. Involucración de la Compañía con la Acción Social.	R.H., P. y F.
INDICADOR 36. Contribuciones para Campañas Políticas.	
INDICADOR 37. Construcción de la Ciudadanía por las Empresas.	
INDICADOR 38. Prácticas Anticorrupción y Coima.	F.
INDICADOR 39. Liderazgo e Influencia Social.	
INDICADOR 40. Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales.	

De acuerdo a la tabla 8, de 40 indicadores no se respondieron 11 equivalentes al 27,5% y como se mostró en la tabla 7, de las 458 preguntas totales, se tuvieron en cuenta para su contestación 191 mientras que 267 no se tuvieron en cuenta. Se mencionarán los indicadores más relevantes.

De las 24 preguntas contenidas en el indicador 1, se tuvieron en cuenta 12 y la misma cantidad no, la empresa manifiesta que aunque tengan compromisos éticos al interior de la empresa, no los han hecho explícitos en sus políticas empresariales, además que creen que hay indicadores que se repiten como es el caso de los indicadores que hablan sobre corrupción, conflicto de intereses y demás que igualmente se contemplan en otros.

En cuanto a las tres preguntas del indicador 2, se respondieron 2 y no tuvieron en cuenta la pregunta que habla sobre el código de conducta, puesto que no han elaborado dicho código, sin embargo, manifiestan que está en proceso de construcción.

El indicador 3 cuenta con 13 preguntas de las cuales 5 no se tuvieron en cuenta puesto que consideran que cumplen con los principios de gobernanza corporativa, los que no contestaron es porque no les interesa adoptar conductas de organismos internacionales ya que consideran que siempre han mantenido el respeto a los derechos humanos aunque no estén explícitos en sus lineamientos.

En el indicador 4 de sus 11 preguntas tuvieron en cuenta las dos primeras que siguen estando en concordancia con las explicaciones anteriores, no tienen código de conducta pero sus actuaciones frente a la competencia siempre han sido leales y mantienen principios comerciales que los han resaltado en la comunidad constructora.

De las 20 preguntas del indicador 6 en cuanto al balance social, solo tuvieron en cuenta un solo numeral puesto que si tienen un auditor externo para sus estados financieros, aunque no elaboran ni está en proyección un balance social.

En el indicador 10, de 64 preguntas solo respondieron 8, ya que tienen en cuenta algunos aspectos en cuanto al compromiso con los infantes hijos de los trabajadores, por medio de sus afiliaciones a la EPS y caja de compensación familiar, con los cuales saben que los tienen cubiertos por eventualidades, vacunas, recreación, pero no tienen las estadísticas referentes a si los hijos tienen algún tipo de enfermedad o no, los aspectos raciales nunca los han afectado puesto que tanto en su planta de personal como en los empleados tercerizados su población es multicultural.

En cuanto a los demás indicadores, la discusión presentada fue la misma, no hubo ningún otro tipo de explicación más allá que ellos consideran que tienen gran equidad entre géneros, razas, credos; aportando a la sociedad y brindando oportunidad laboral a los menos favorecidos, les proporcionan todos los requerimientos de ley, tienen programas de salud completos prestados por la ARL y creen es suficiente con ello.

Igualmente manifiestan que en cuanto a la remuneración, condiciones de trabajo de los empleados directos y tercerizados como el desarrollo profesional son equivalentes y cumplen con requisitos de igualdad en lo realizado hasta el momento.

Respecto a los indicadores que hablan sobre el medio ambiente, indican que cumplen a cabalidad con todos los requerimientos por las leyes colombianas, y en el entorno de sus obras no se ha presentado hasta el momento ningún tipo de denuncia que afecte a la ciudadanía circundante ni que haya afectación al medio ambiente.

Hallazgos en el desarrollo del Instrumento ETHOS

1. Las acciones que se adelantan en el tema de Responsabilidad Social Empresarial se implementan por las solicitudes del cliente y la normatividad legal, no como producto o beneficio que haga parte de las políticas empresariales. Por tal razón, el Grupo Emtiria se encuentra en la dimensión estrictamente legal.
2. No existen indicios de una proyección a futuro para implementar programas de responsabilidad social empresarial específicamente dadas por las características del mismo, ya que la empresa maneja un concepto de inmediatez en sus proyectos a pesar del crecimiento y del auge de la construcción en el momento actual.
3. Es indudable que la normatividad legal existente propició que las empresas legalizaran y mejoraran las condiciones de trabajo de las personas, el impacto sobre las comunidades y el medio ambiente; sin embargo, el factor humano no parece jugar un papel relevante, lo que se evidencia en la falta de programas tendientes a lograr el desarrollo de las personas, simplemente se rigen a lo dispuesto por la ley.
4. Las características propias del sector y la forma como se desarrollan las actividades en este tipo de empresas crean un escenario poco propicio para la implementación prácticas en responsabilidad social empresarial.
5. La aplicación del instrumento en el Grupo Emtiria, permitió despertar un mayor interés por el tema teniendo en cuenta las diversas formas en las que se puede entender y aplicar la responsabilidad social empresarial.

CONCLUSIONES

Por medio de esta investigación y el instrumento Ethos, se pudo observar que en la empresa en estudio no existen prácticas explícitas en responsabilidad social empresarial, debido a que la empresa se limita a realizar las acciones necesarias y mínimas exigidas por ley para que sea admitida por el gobierno para que le otorguen sus licencias como por los clientes que exigen cierto tipo de lineamientos para su contratación.

Así, dentro de la investigación se encontraron las normas que rigen al sector de la construcción como es la misma norma de normas, la Constitución Política de Colombia de 1991 la cual sirve de fundamento para las leyes 99 de 1993, 134 de 1994, 489 de 1998 y la ley 190 de 1995 entre otras; las emanadas por el Ministerio de Ambiente, como la Guía de manejo ambiental; y muchas más.

Durante el estudio al Grupo Entiría se identificaron las acciones que se realizan en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial mediante la aplicación del Instrumento Ethos y se pudo determinar que aún faltan muchas acciones por implementar para que la empresa sea socialmente responsable, esto se vio reflejado al momento de realizar la aplicación del Instrumento en donde solo se contestó un total de 190 preguntas debido a que los demás indicadores involucraban temas que ellos no han tenido en cuenta y de los cuales desconocían hasta el momento.

Al examinar estas acciones se pudo determinar el estado o fase en la cual la empresa se ubicaba de acuerdo a las acciones identificadas y se determinó que se encontraban en la etapa 1 básica y etapa 2 intermedia, en donde se limitan a mínimo y hasta el momento están empezando a incursionar más el tema de responsabilidad social.

Para contribuir al crecimiento de la empresa se le proponen a continuación unas acciones que pueden implementar para poder dejar de estar en una etapa 1 con respecto al Instrumento Ethos y poder continuar con un proceso de desarrollo y mejores prácticas en responsabilidad social.

RECOMENDACIONES

Crear un Departamento de RSE que contenga un sub departamento de Bienestar Social debido a que no se cuenta con uno y todo se centraliza a partir del departamento de Recursos Humanos.

Desarrollar programas de información, atención de quejas y reclamos para los clientes.

Incluir en las políticas empresariales la discriminación en edad, sexo, raza y género las cuales deberían estar contenidas de acuerdo a la normatividad (Constitución, Código Laboral).

Ofrecer flexibilidad en las jornadas laborales ya que en algunos proyectos los trabajadores tienen que invertir su tiempo personal

Desarrollar programas encaminados a la formación de los trabajadores.

Aumentar la participación de la familia en los procesos empresariales.

Al desarrollar actividades exigidas por el cliente, asignarles un presupuesto más allá de lo estrictamente legal y obligatorio.

Considerar la Responsabilidad Social Empresarial como una nueva estrategia, ya que no consideran que su implementación genere rentabilidad.

Buscar alguna certificación de calidad para sus proyectos y su servicio.

Presentar políticas relacionadas con la vinculación de personas con discapacidad o poblaciones vulnerables.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ANDI. (1980). *El Balance Social, Proyecto para Colombia*. Medellín: Revista Andi (50).

Botero, L. (2009). Responsabilidad Social Empresarial en el Sector de la Construcción. *Ad-
Minister. Universidad EAFIT*(14), 105-123.

Botero, L., & Álvarez, M, (2005). *Last planner, un avance en la planificación y control de
proyectos de construcción. Estudio del caso de la ciudad de Medellín*. Recuperado el 12
de Abril de 2016, de Universidad del Norte:
<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/ingenieria/article/viewFile/2394/1557>

CAMACOL. (2014). *Tendencias de la construcción. Economía y coyuntura sectorial. Informe
de Investigación: Programa de Vivienda de Interés Social "Mi Casa Ya": Rasgos
generales del mercado potencial. Balance Legislativo*. Bogotá: Cámara Colombiana de
la Construcción

Camacol. (15 de Abril de 2016). *Construcción en cifras - Colombia*. Recuperado el 31 de Mayo
de 2016, de Cámara Colombiana de la Construcción - Camacol:
<http://camacol.co/informacion-economica/cifras-sectoriales/construccion-en-cifras>

Cámara Colombiana de la Construcción, CAMACOL. (2014-2015). *Informe de Gestión*. Bogotá.

Cámara Colombiana de la Construcción, CAMACOL. (2013-2014). *Informe de Gestión*. Bogotá:

Panamericana.

Capra, F. (2002). *Las conexiones ocultas*. Barcelona: Anagrama.

Caravedo, B. (1996). *Empresas, liderazgo y sociedad*. Lima: Perú 2021 y SASE.

Caravedo, B. (1998). *Responsabilidad Social de la Empresa*. Lima: Ediciones S.A.S.E.

Cortina, A. (1994). *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid:

Trotta.

Cortina, A. (2000). *Ética de la empresa*. Madrid: Trotta.

Cortina, A. (2002). *Educación en valores y responsabilidad cívica*. Bogotá: El Buho.

Cortina, A. (2003). *Las tres edades de la ética empresarial*. Madrid: Tecnos.

Cortina, A., & Conill, J. (2010). *Democracia participativa y sociedad civil: Una ética empresarial*. Recuperado el Abril de 2016, de Interactuando con la Filosofía Ética:

<http://inter-actuandoconlafilosofiaetica.blogspot.com.co/2010/11/democracia-participativa-y-sociedad.html>

Cumbre Europea de la Seguridad en Construcción. (2011). *EW*. Obtenido de <http://ew2011.osha.eu.int>.

DANE. (2015). *Históricos Producto Interno Bruto PIB*. Recuperado el 12 de Abril de 2016, de DANE: <http://www.dane.gov.co/index.php/pib-cuentas-nacionales/cuentas-anuales/109-boletines/cuentas-y-sintesis-nacionales/2756-producto-interno-bruto-pib>

DERES. (2005). *Responsabilidad social empresarial*. Obtenido de http://www.deres.org.uy/manuales_pdf/Manual_Autoevaluacion.pdf

Fernández, M., Muñoz, M., & Balaguer, M. (Abril de 2005). *La Responsabilidad Social Corporativa: relaciones entre la performance social, financiera y bursátil de la empresa*. Obtenido de Universitat Jaume I. Castellón: http://www.sogres.uji.es/documentos/RSC_Relaciones_social_financiera_bursatil.pdf

FUNDEMAS. (2005). *Fundación empresarial para la Acción Social*. Obtenido de www.fundemas.org/home.html

Guía de manejo ambiental para el sector de la construcción, II edición. (Julio de 2013). *Marco normativo para el sector de la construcción*. Bogotá: SDA, 2013.

Hernández Sampieri, R. (2011). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

Instituto Ethos. (Julio de 2015). *Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis*.

Guia Temático: Integridade, prevenção e combate á corrupção. Recuperado el 31 de Mayo de 2016, de Indicadores Ethos: www.ethos.org/indicadores

Norero, L. (2000). *Responsabilidad Social y Relaciones Públicas*. Lima: Universidad de San Martín.

Organización Internacional del Trabajo. (2010). *ILO*. Obtenido de

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_142694.pdf

Rubiano, P. (2003). *Responsabilidad Social del Empresario*. Bogotá: Conferencia Episcopal de Colombia, la Arquidiócesis de Bogotá y la Fundación Konrad Adenauer.

Ruiz, Y., y Tobías, E. (2006). *Identificación de buenas prácticas en responsabilidad social empresarial en empresas del sector de la construcción*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia - Gerencia en Recursos Humanos.

Toro, O., y Rey, G. (1996). *Empresa Privada y Responsabilidad Social*. Bogotá: Fundación Social - Centro Colombiano de Filantropía - ANDI.

Torres, J. (2009). *Responsabilidad Social: Un beneficio estratégico*. Obtenido de CCRE: www.ccre.org/noticias.asp#noticia4

Tudela, C., y Madueño, V. (1998). *Manual de Balance Social. Organización Internacional del Trabajo*. Obtenido de www.oit.org.pe/spanish/mdtima/publ/

VINCULAR. (2006). *Sistema de gestión de RSE: un caso del proyecto en Chile*. Recuperado el 12 de Abril de 2016, de Pontificia Universidad Católica de Valparaíso:
<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=847491>

Yepes, G. (2003). *Una aproximación a la Responsabilidad Social Empresarial*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Anexo 1 Clasificación de los indicadores según el Grupo Emtiria

INDICADORES ETHOS	TENIDO EN CUENTA	NO TENIDO EN CUENTA	OBSERVACIONES
INDICADOR 1. Compromisos Éticos			
Liderazgo Social, Liderazgo e Influencia Social y Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales			
1.1. ¿Expone públicamente sus compromisos éticos por medio de material institucional, por la Internet o de otra manera adecuada a sus partes involucradas?			
El código de conducta y/o la declaración de valores de la organización:			
1.2. ¿Contemplan las siguientes partes involucradas: empleados, proveedores, medio ambiente, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y accionistas minoritarios?			
1.3. ¿Prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales (como soborno, corrupción, extorsión, coima y “caja B”) para obtención de ventajas comerciales?			
1.4. ¿Son explícitos cuanto al compromiso de ética en las gestiones de las informaciones privilegiadas o de carácter privado obtenidas durante los procesos de la compañía en su interacción con sus diversos públicos (clientes, empleados, proveedores etc.)?			
1.5. ¿Cumplimiento de las leyes y pago de tributos?			
1.6. ¿Concusión, pagos o recibimientos cuestionables?			
1.7. ¿Reglas explícitas en las relaciones con agentes públicos?			
1.8. ¿Conflicto de intereses; donaciones?			
1.9. ¿Corrupción activa en actividades brasileñas y extranjeras?			
1.10. ¿Corrupción pasiva?			
1.11. ¿Improbidad administrativa?			
1.12. ¿Fraude en licitación pública?			
1.13. ¿Límites de las actividades y contribuciones políticas?			
1.14. ¿Relaciones con la comunidad?			
1.15. ¿Nepotismo?			
1.16. ¿Procesos judiciales y arbitraje?			
1.17. ¿Prevención y tratamiento de fraudes?			
1.18. ¿Son explícitos cuanto al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todas las partes?			
1.19. ¿Posee comité, consejo o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) internamente?			
1.20. ¿Posee comité, consejo o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) externamente?			
1.21. ¿Estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de sus empleados?			
1.22. ¿Vincula expresamente la actuación de los asesoramientos jurídico y contable al código de ética/declaración de principios?			
1.23. ¿Además de cumplir todas las legislaciones en vigor para su ejercicio y estar al día con todos los tributos, tiene procedimientos para que todos sus empleados conozcan las leyes a que están vinculadas al ejercer actividades en nombre de la organización o en su beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente?			
1.24. ¿Viene implantando, consolidando y divulgando procedimientos internos para consultas jurídicas a institutos aplicables a sus actividades en la condición de contribuyente del Estado, en el ejercicio de la ciudadanía y en la condición de integrante de la comunidad, proveedor, cliente o consumidor etc.?			

INDICADOR 2: Arraigo en la Cultura Organizativa			
2.1. ¿Se abordan las cuestiones éticas en encuestas de ambiente organizativo, por evaluación 360° o herramientas similares?			
2.2. ¿Los empleados de la compañía demuestran familiaridad en su cotidiano con los temas y presupuestos contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente?			
2.3. ¿Desarrolló la estructura organizativa procedimientos para lidiar con denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento del código de conducta y / o su declaración de valores?			
INDICADOR 3. Gobernanza Corporativa			
3.1. ¿Cuenta con mecanismos o sistemas formales para evaluación periódica de sus integrantes?			
3.2. ¿Posee estructura que contemple consejos de administración o consultivo, auditoría externa independiente, para: asegurar el control de la propiedad sobre la gestión; prevenir/cohibir abusos de poder de sus integrantes, fraudes por uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses; cohibir el soborno y otras prácticas de corrupción, la creación de "contabilidades paralelas" o de cuentas secretas y la elaboración de documentos que no reflejen verdaderamente las transacciones que reportan?			
3.3. ¿Para nombrar miembros del consejo, ¿lleva en consideración habilidades, conocimientos y especialización para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades y riesgos ambientales y sociales y monitorear la actuación de la gestión (directiva)?			
3.4. ¿Utiliza estudios, investigaciones y el apoyo de especialistas para mejor fundamentar la resolución de dilemas éticos, socio ambientales y relativos a derechos humanos?			
3.5. ¿Incluye el respeto a los derechos humanos como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones?			
3.6. ¿Orienta sus operaciones en concordancia con las declaraciones de principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)?			
3.7. ¿Orienta sus operaciones en concordancia con las directrices para compañías multinacionales de la Organización para Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE)?			
3.8. ¿Orienta sus operaciones en concordancia con Principios del Pacto Global12y/ o en apoyo a las Metas del Milenio?			
3.9. ¿La declaración de la visión y estrategia de la organización contemplan contribuciones y dilemas de la compañía en lo que se refiere al desarrollo sustentable?			
3.10. Número de miembros del Consejo de Administración.			
3.11. Porcentaje del Consejo de Administración formado por consejeros independientes, sin cargos ejecutivos.			
3.12. Porcentaje de mujeres en el Consejo de Administración (o en estructura similar).			
3.13. Porcentaje de negros (negros y pardos) en el Consejo de Administración (o en estructura similar).			
INDICADOR 4. Relaciones con la Competencia			
4.1. ¿Los principios relacionados a la competencia leal constan en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?			
4.2. ¿Expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su sitio en la Web, de material institucional, del informe anual etc.)?			
4.3. ¿Adopta política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos o servicios?			
4.4. ¿La política sobre competencia desleal abarca la cadena productiva de la empresa? ¿Aborda también los siguientes rubros?			
4.5. ¿Piratería?			
4.6. ¿Evasión fiscal?			
4.7. ¿Contrabando?			
4.8. ¿Adulteración de productos o marcas?			
4.9. ¿Falsificación de productos?			
4.10. ¿Ha sido denunciada los últimos tres años por práctica de competencia desleal?			
4.11. ¿Ha sido denunciada los últimos tres años por organizaciones gubernamentales o de la sociedad civil por irregularidades en sus procesos, servicios o productos?			

INDICADOR 5. Diálogo con las Partes Involucradas (Stakeholders)			
5.1. ¿Mantiene comunicación regular con grupos o partes involucradas que critiquen la naturaleza de sus procesos, productos o servicios?			
5.2. ¿Tiene política y/o procedimientos de relaciones para responder prontamente a cualesquier sugerencias, solicitudes, esfuerzos o demandas de sus partes.			
INDICADOR 6. Balance Social			
Elabora sin regularidad definida el balance social con informaciones sobre sus acciones sociales y ambientales. Elabora anualmente el balance social, que describe sus acciones sociales y ambientales, incorporando aspectos cuantitativos. Produce con amplia involucración interna el balance social fácilmente accesible, que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, con tan sólo resultados favorables. Se elabora un balance social con involucración de las partes involucradas externas, que integra las dimensiones sociales, ambientales y económicas de sus actividades e incluye resultados desfavorables y los respectivos desafíos, con metas para el próximo periodo. Respecto a la elaboración de informe sobre los aspectos económicos, sociales y ambientales de sus actividades, la empresa:			
6.1. ¿Las informaciones sobre la situación económico-financiera de las actividades de la compañía son auditadas por terceros?			
6.2. ¿Las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de las actividades de la compañía son auditadas por terceros?			
6.3. ¿En el proceso de elaboración del balance social, ¿la compañía involucra a por lo menos cuatro de los siguientes stakeholders: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general (por ejemplo, por medio de contactos con organizaciones de defensa del medio ambiente, sindicatos, entidades volcadas a la salud pública o defensa de los derechos humanos etc.)?			
6.4. ¿Incorpora la compañía en el balance social críticas, sugerencias y testimonios de partes involucradas?			
6.5. ¿El proceso de divulgación del balance social contempla por lo menos a cuatro de los siguientes stakeholders: público interno, comunidad, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general?			
6.6. ¿Expone la compañía datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades en la Internet?			
6.7. ¿Contempla la compañía en su balance social datos e indicadores de monitoreo de la distribución de riqueza – la Demostración del Valor Agregado (DVA), por ejemplo?			
6.8. ¿Los datos recogidos y utilizados para el balance social se emplean en la planificación estratégica de la empresa?			
Al producir el balance social, la compañía lleva en consideración los principios:			
6.9. ¿Inclusión?			
6.10. ¿Relevancia y Materialidad?			
6.11. ¿Transparencia?			
6.12. ¿Alcance?			
6.13. ¿Equilibrio?			
6.14. ¿Comparabilidad?			
6.15. ¿Exactitud?			
6.16. ¿Periodicidad?			
6.17. ¿Claridad?			
6.18. ¿Verificabilidad?			
6.19. Partes involucradas (ex: público interno, proveedores, comunidad, gobierno y sociedad etc.) involucradas en la elaboración del balance social.			
6.20. Partes involucradas contempladas en el demostrativo de distribución de riqueza social planteados como metas a cumplirse hasta el 2015.			

INDICADOR 7. Relaciones con Sindicatos			
Respecto a la participación de empleados en sindicatos y en la relación con sus representantes, la empresa:			
7.1. ¿Provee informaciones que afecten a los trabajadores en tiempo hábil para que se posicionen el sindicato y los trabajadores?			
7.2. ¿Posee convenio colectivo con el sindicato de la categoría principal?			
7.3. ¿Posee comisión de fábrica o de alcance empresarial garantizada por convenio colectivo?			
7.4. En caso de que actúe en distintas regiones, ¿negocia con el conjunto de sindicatos de esas regiones un nivel mínimo de prestaciones comunes?			
7.5. ¿Pone a disposición informaciones básicas sobre derechos y deberes de la categoría tales como pacto salarial, contribuciones sindicales etc.?			
7.6. ¿No ejerce presión sobre los empleados involucrados en actividades sindicales?			
7.7. ¿No ejerce presión y ofrece libertad para la actuación de los sindicatos en el sitio de trabajo.			
7.8. ¿Además de permitir la actuación de los sindicatos en el sitio de trabajo, provee informaciones sobre las condiciones de trabajo, y los dirigentes de la compañía se reúnen periódicamente con los sindicatos para oír sugerencias y negociar reivindicaciones?			
7.9. ¿Además de eso, tiene un canal de comunicación consolidado con los sindicatos, informándolos y proveyéndoles datos financieros y relativos a objetivos estratégicos (cuando estos afecten a los trabajadores) para subsidiar las discusiones?			
INDICADOR 8. Gestión Participativa			
8.1. ¿Todos los integrantes de comisiones de trabajadores participan del reparto de utilidades etc. – ¿son electos por los trabajadores sin interferencia de la empresa?			
8.2. ¿Posee la compañía políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos?			
8.3. ¿Posee programa para estimular y reconocer sugerencias de los empleados para mejoría de los procesos internos?			
INDICADOR 9. Compromiso con el Futuro de los Niños			
9.1. ¿Discute con otras compañías o presenta propuestas prácticas para el combate al trabajo infantil en su sector (o de manera general)?			
9.2. ¿Tiene programa específico para la contratación de aprendices 20?			
9.3. ¿Considerando su papel social respecto a los aprendices, ¿les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal, con los debidos acompañamiento, evaluación y orientación?			
9.4. ¿Al cerrar el periodo correspondiente al programa de aprendizaje, ¿busca emplearlos en la propia empresa y en caso de imposibilidad, les ofrece oportunidades en empresas u organizaciones aliadas?			
9.5. Número de menores aprendices en la empresa.			
9.6. Número de aprendices contratados después del término del periodo de aprendizaje.			
9.7. Cantidad de actuaciones que recibió la compañía del Ministerio del Trabajo con relación al uso de mano de obra infantil Indicador			
INDICADOR 10. Compromiso con el Desarrollo Infantil			
10.1. ¿Ofrece programa específico para la salud de la mujer embarazada?			
10.2. ¿Ofrece programa de orientación sobre cómo se da el desarrollo integral del niño por medio del fortalecimiento de las competencias familiares (cuidados con el nacimiento, alimentación sana, prevención de enfermedades, protección a la integridad del niño, estímulo al desarrollo cognitivo y emocional de los hijos)?			
10.3. ¿Acompaña en forma periódica la vacunación, crecimiento y desarrollo de los hijos de los empleados, solicitando y verificando la Libreta de Salud del Niño del Ministerio de la Salud?			
10.4. ¿Promueve campañas de inmunización para empleados y sus dependientes por medio de vacunas que no ofrece la red pública de salud (por ejemplo, la vacuna contra gripe)?			
10.5. ¿Acompaña la inclusión de los hijos de los empleados en la escuela (por medio de solicitud de comprobantes de matrícula, particularmente de los niños con discapacidad)?			

10.6. ¿Tiene una política específica para empleados padres o responsables de niños con discapacidad que les garantice participar en el desarrollo de los hijos en forma adecuada?			
10.7. ¿Destina el 1% del Impuesto de Renta debido para contribuir con los fondos que gestionan los Consejos de los Derechos del Niño y del Adolescente?			
10.8. ¿Estimula a los empleados a destinar hasta el 6% del Impuesto de Renta debido para contribuir con los fondos gestionados por los Consejos de los Derechos del Niño y del Adolescente?			
10.9. ¿Estimula a los proveedores y empresas aliadas a destinar el 1% del Impuesto de Renta debido para contribuir con los fondos que gestionan los Consejos de los Derechos del Niño y del Adolescente?			
Ofrece la empresa las prestaciones listadas a continuación para empleados (mujeres y hombres), indiscriminadamente, abarcando todos los niveles jerárquicos:			
10.10. ¿Plan de salud familiar?			
10.11. ¿Guardería, conforme la ley, en el lugar de trabajo o de la red convenida?			
10.12. ¿Flexibilidad en los horarios para empleados con hijos menores de 6 años?			
10.13. ¿Ayuda para educación de los hijos?			
10.14. ¿Las mismas prestaciones de sus empleados registrados a los empleados tercerizados?			
10.15. ¿Las mismas prestaciones de sus empleados registrados a los empleados comisionados?			
10.16. ¿Tiene la empresa políticas de acompañamiento posparto, particularmente para identificación de la depresión posparto?			
10.17. ¿Facilita la empresa la utilización de la flexibilidad de horario de 1 hora de lactancia conforme la legislación en vigor?			
10.18. Porcentaje de hijos de empleados matriculados en centros de educación infantil – guardería (0 a 3 años)			
10.19. Porcentaje de hijos de empleados matriculados en centros de educación infantil – jardín de niños (4 y 5 años)			
10.20. Porcentaje de hijos discapacitados de empleados matriculados en centros de educación infantil – guardería (0 a 3 años)			
10.21. Porcentaje de hijos discapacitados de empleados matriculados en centros de educación infantil – jardín de niños (4 y 5 años)			
10.22. Porcentaje de hijos de empleados al día con la vacunación para su edad, conforme establece el Ministerio de la Salud Sobre los empleados en régimen de contratación.			
10.23. Número de empleados hombres responsables (padres o no) de niños de 0 a 5 años de edad.			
10.24. Número de empleadas responsables (madres o no) de niños de 0 a 5 años de edad.			
10.25. Número de empleadas (o dependientes de esas empleadas) embarazadas.			
10.26. Total de mujeres empleadas (o dependientes de esas empleadas) que en el último embarazo hicieron siete o más consultas prenatales.			
10.27. Total de mujeres embarazadas empleadas (o dependientes de esas empleadas) en acompañamiento prenatal.			
10.28. Total de empleados hombres (padres o responsables) de niños de 0 a 5 años cuya escolaridad es inferior a 4 años.			
10.29. Total de empleadas madres o responsables de niños de 0 a 5 años cuya escolaridad es inferior a 4 años.			
10.30. Número total de niños de 0 a 5 años dependientes de esos empleados (mujeres y hombres).			
10.31. Total de niños menores de 1 año dependientes de esos empleados (mujeres y hombres).			
10.32. Total de niños menores de 1 año vacunados (Tetravalente).			
10.33. Total de niños de 4 y 5 años dependientes de esos empleados (mujeres y hombres).			
10.34. Total de niños de 4 y 5 años matriculados en jardín de niños.			
10.35. Total de empleadas cuyo último hijo recibió lactancia exclusiva hasta los 4 meses.			
10.36. Total de empleadas que tuvieron horario flexible para amamantar al niño hasta los 6 meses.			
Sobre empleados tercerizados.			
10.37. Número de empleados hombres responsables (padres o no) de niños de 0 a 5 años de edad.			
10.38. Número de empleadas responsables (madres o no) de niños de 0 a 5 años de edad.			
10.39. Número de empleadas (o dependientes de esas empleadas) embarazadas.			
10.40. Total de mujeres empleadas (o dependientes de esas empleadas) que en el último embarazo hicieron siete o más consultas prenatales.			

10.41. Total de mujeres embarazadas empleadas (o dependientes de esas empleadas) en acompañamiento prenatal.			
10.42. Total de empleados hombres (padres o responsables) de niños de 0 a 5 años cuya escolaridad es inferior a 4 años.			
10.43. Total de empleadas madres o responsables de niños de 0 a 5 años cuya escolaridad es inferior a 4 años.			
10.44. Número total de niños de 0 a 5 años dependientes de esos empleados (mujeres y hombres).			
10.45. Total de niños menores de 1 año dependientes de esos empleados (mujeres y hombres).			
10.46. Total de niños menores de 1 año vacunados (Tetravalente).			
10.47. Total de niños menores de 1 año dependientes de esos empleados (mujeres y hombres).			
10.48. Total de niños de 4 y 5 años matriculados en jardín de niños.			
10.49. Total de empleadas cuyo último hijo recibió lactancia exclusiva hasta los 4 meses.			
10.50. Total de empleadas que tuvieron horario flexible para amamantar al niño hasta los 6 meses.			
Sobre los empleados autónomos o comisionados:			
10.51. Número de empleados hombres responsables (padres o no) de niños de 0 a 5 años de edad.			
10.52. Número de empleadas responsables (madres o no) de niños de 0 a 5 años de edad.			
10.53. Número de empleadas (o dependientes de esas empleadas) embarazadas.			
10.54. Total de mujeres empleadas (o dependientes de esas empleadas) que en el último embarazo hicieron siete o más consultas prenatales.			
10.55. Total de mujeres embarazadas empleadas (o dependientes de esas empleadas) en acompañamiento prenatal.			
10.56. Total de empleados hombres (padres o responsables) de niños de 0 a 5 años cuya escolaridad es inferior a 4 años.			
10.57. Total de empleadas madres o responsables de niños de 0 a 5 años cuyas escolaridades inferior a 4 años.			
10.58. Número total de niños de 0 a 5 años dependientes de esos empleados (mujeres y hombres).			
10.59. Total de niños menores de 1 año dependientes de esos empleados (mujeres y hombres).			
10.60. Total de niños menores de 1 año vacunados (Tetravalente).			
10.61. Total de niños de 4 y 5 años dependientes de esos empleados (mujeres y hombres).			
10.62. Total de niños de 4 y 5 años matriculados en jardín de niños.			
10.63. Total de empleadas cuyo último hijo recibió lactancia exclusiva hasta los 4 meses.			
10.64. Total de empleadas que tuvieron horario flexible para amamantar el niño hasta los 6 meses.			
INDICADOR 11. Valorización de la Diversidad y Promoción de la Equidad Racial y de Género			
11.1. ¿La política de valoración de la diversidad y no discriminación está en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?			
Esa política contempla explícitamente:			
11.2. ¿La cuestión étnico-racial?			
11.3. ¿La cuestión de género?			
11.4. ¿La cuestión de edad?			
11.5. ¿La cuestión religiosa?			
11.6. ¿La cuestión de la orientación sexual?			
11.7. ¿La cuestión del origen geográfica y clase social?			
11.8. ¿La cuestión de la discapacidad?			
11.9. ¿La cuestión de la apariencia física?			
11.10. ¿Incluye la empresa requisitos de diversidad en los procesos y herramientas de gestión de personas para monitorear la diversidad de su cuadro y posibles desigualdades respecto a los segmentos mencionados anteriormente, entre otras situaciones?			

11.11. ¿Resultan de esa política procedimientos formales para procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna y despido?			
11.12. ¿En esa política están claramente previstos los mecanismos y canales formales para denuncia, encaminamiento, análisis y averiguación de los hechos que involucren posibles casos de discriminación?			
11.13. ¿Tiene la empresa programa específico de contratación de personas con discapacidad y cumple rigurosamente la legislación de cuotas de plazas para ese público?			
11.14. ¿Resultan de la política de valoración de la diversidad y no discriminación procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover personas con discapacidad?			
11.15. ¿Ha promovido o está promoviendo la empresa las adaptaciones necesarias para la accesibilidad, conforme las legislaciones en vigor?			
11.16. ¿Resultan de la política de valoración de la diversidad y de no discriminación mecanismos para la contratación de personas con edad superior a 45 años?			
11.17. ¿Resultan de la política de valoración de la diversidad y de no discriminación procedimientos específicos que aborden la cuestión del rango de edad de los empleados?			
11.18. ¿Procura evitar la empresa el despido de personas con edad superior a 45 años?			
11.19. ¿Ofrece oportunidades de trabajo para ex detenidos?			
11.20. ¿Resultan de la política de valoración de la diversidad y de no discriminación políticas específicas para trabajadores indígenas?			
11.21. Porcentaje de personas con discapacidad en la empresa.			
11.22. Porcentaje de personas con discapacidad en cargos ejecutivos.			
11.23. Porcentaje de personas con discapacidad en cargos de coordinación y gerencia.			
11.24. Salario promedio mensual de personas con discapacidad.			
11.25. Salario promedio mensual de personas con discapacidad en cargos ejecutivos.			
11.26. Salario promedio mensual de personas con discapacidad en cargos de coordinación y gerencia.			
11.27. Porcentaje de personas con edad superior a 45 años.			
INDICADOR 12. Compromiso de la Empresa con la Equidad y no Discriminación Racial			
12.1. ¿La política de promoción de la equidad y no discriminación racial es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?			
12.2. ¿Resultan de esa política de promoción de la equidad racial procedimientos específicos para mejorar la calificación y el desarrollo en la carrera de empleados negros (negros y pardos)?			
12.3. ¿Es la política de promoción de la equidad y no discriminación racial explícita en lo que se refiere a salarios y prestaciones, seguridad social privada, acceso a entrenamientos y becas de estudios?			
12.4. ¿Realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la equidad y no discriminación racial?			
12.5. ¿Tiene la empresa metas de admisión, promoción y entrenamiento para promoción de la equidad racial en todos los niveles jerárquicos y en todas las áreas?			
12.6. ¿Garantiza la política de promoción de la equidad racial la participación de negros (negros y pardos) en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa?			
12.7. ¿Es la promoción de la equidad racial una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa?			
12.8. ¿La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar figuras estereotipadas o que agredan la dignidad de los negros (negros y pardos)?			
12.9. Porcentaje de negros (negros y pardos) en relación al total de los empleados.			
12.10. Porcentaje de mujeres negras (negras y pardas) en relación al total de mujeres en la empresa.			
12.11. Porcentaje de mujeres negras (negras y pardas) en cargos ejecutivos en relación al total de cargos ejecutivos disponibles.			

12.12. Porcentaje de mujeres negras (negras y pardas) en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos de coordinación y jefatura disponibles.			
12.13. Porcentaje de hombres negros (negros y pardos) en relación al total de hombres en la empresa.			
12.14. Porcentaje de hombres negros (negros y pardos) en cargos ejecutivos en relación al total de cargos ejecutivos disponibles.			
12.15. Porcentaje de hombres negros (negros y pardos) en cargos de coordinación y jefatura con relación al total de cargos de coordinación y jefatura disponibles.			
12.16. Salario promedio mensual de mujeres blancas.			
12.17. Salario promedio mensual de mujeres negras y pardas.			
12.18. Salario promedio mensual de hombres blancos.			
12.19. Salario promedio mensual de hombres negros (negros y pardos).			
12.20. Salario promedio mensual de mujeres blancas en cargos ejecutivos.			
12.21. Salario promedio mensual de mujeres negras (negras y pardas) en cargos ejecutivos.			
12.22. Salario promedio mensual de hombres blancos en cargos ejecutivos.			
12.23. Salario promedio mensual de hombres negros (negros y pardos) en cargos ejecutivos.			
12.24. Salario promedio mensual de mujeres blancas en cargos de coordinación y jefatura.			
12.25. Salario promedio mensual de mujeres negras y pardas en cargos de coordinación y jefatura.			
12.26. Salario promedio mensual de hombres blancos en cargos de coordinación y jefatura.			
12.27. Salario promedio mensual de mujeres blancas en cargos de coordinación y jefatura.			
INDICADOR 13. Compromiso de la Empresa con la Promoción de la Equidad de Género.			
13.1. ¿Es formal la política de promoción de la equidad de género y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?			
13.2. ¿Resultan de esa política de valorización de la diversidad y de no discriminación procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover a las mujeres?			
13.3. ¿Prohíbe la política expresamente la contratación, despido o la promoción basados en el estado civil o condición reproductiva?			
13.4. ¿La política de promoción de la equidad de género es explícita en lo que se refiere a salarios y prestaciones, seguridad social privada, acceso a entrenamientos y becas de estudios?			
13.5. ¿Realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la valoración de la mujer?			
13.6. ¿Contempla el plan de salud de la empresa adaptaciones específicas para la prevención y cuidados con la salud de la mujer?			
13.7. ¿Tiene la empresa metas de contratación, entrenamiento y movilidad interna (horizontal y vertical) para promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas?			
13.8. ¿Garantiza la política de promoción de la equidad la participación femenina en los procesos decisivos y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa?			
13.9. ¿Promueve la empresa, cuando necesario, la adecuación de espacios de trabajos y equipos compatibles con las condiciones físicas de las mujeres?			
13.10. ¿Prohíbe la política expresamente actividades que puedan intimidar o apremiar a las mujeres en el ambiente laboral?			
13.11. ¿Es la promoción de la equidad de género una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa?			
13.12. ¿Tiene la política de comunicación comercial como premisa no utilizar la figura femenina estereotipada, que llegue a agredir la dignidad de las mujeres?			
13.13. ¿Contempla la política de promoción de la equidad la prohibición expresa de la discriminación contra mujeres con problemas de salud, incluso las HIV positivas?			
13.14. ¿Posee procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológicos, morales, físico y sexuales en el sitio laboral y en el transporte hacia la empresa?			
13.15. ¿Promueve campañas de sensibilización de los hombres sobre la importancia de la división de tareas domésticas y sobre la paternidad responsable?			
13.16. Porcentaje de mujeres en relación al total de empleados.			
13.17. Porcentaje de mujeres en cargos ejecutivos en relación al total de cargos disponibles.			
13.18. Porcentaje de mujeres en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos disponibles.			
13.19. Salario promedio mensual de mujeres en cargos ejecutivos.			
13.20. Salario promedio mensual de hombres en cargos ejecutivos.			
13.21. Salario promedio mensual de hombres en cargos de coordinación y jefatura.			
13.22. Salario promedio mensual de mujeres en cargos de coordinación y jefatura.			
			No aportan información

INDICADOR 14. Relaciones con Trabajadores Tercerizados			
14.1. ¿Contemplan el código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa cuestiones relativas a la no discriminación de los trabajadores tercerizados?			
14.2. ¿Integra los trabajadores tercerizados a sus programas de entrenamiento y desarrollo profesional?			
14.3. ¿Posee un número de trabajadores tercerizados inferior al 20% (veinte por ciento) del total de contratados?			
14.4. ¿Posee política de integración de los trabajadores tercerizados con la cultura, valores y principios de la empresa?			
14.5. Total de trabajadores (mujeres y hombres) tercerizados.			
En ese universo de trabajadores tercerizados:			
14.6. Porcentaje de mujeres en relación al total de trabajadores tercerizados.			
14.7. Porcentaje de mujeres negras (negras y pardas) en relación al total de trabajadores tercerizados.			
14.8. Porcentaje de hombres negros (negros y pardos) en relación al total de trabajadores tercerizados.			
14.9. Porcentaje de personas discapacitadas.			
14.10. Porcentaje de personas mayores de 45 años.			
14.11. Porcentaje de mujeres.			
En ese universo de trabajadores tercerizados:			
14.12. Salario promedio mensual de mujeres blancas.			No aportan información
14.13. Salario promedio mensual de mujeres negras.			
14.14. Salario promedio mensual de hombres blancos.			
14.15. Salario promedio mensual de hombres negros (negros y pardos).			
INDICADOR 15. Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera			
15.1. ¿El plan de cargos y salarios de la empresa es transparente y figura en su código de conducta y/o en la declaración de valores?			
15.2. ¿La remuneración variable de la compañía representa menos del 20% (veinte por ciento) de la masa salarial?			
15.3. ¿Posee políticas con metas para reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración pagada por la compañía (monitoreada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, en especie, incluyendo el reparto de utilidades y programa de bonos)?			
15.4. ¿Ha efectuado, en los últimos dos años, un aumento de la proporción entre el menor salario de la compañía y el salario mínimo vigente?			
15.5. ¿Realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones?			
El programa de reparto de utilidades de la empresa, en caso de que lo posea:			
15.6. ¿Se ha establecido por medio de negociación con la comisión de empleados o con el sindicato y según la legislación aplicable?			
El programa de bonificación de la empresa, en caso de que lo posea:			
15.7. ¿Se ha establecido por medio de negociación con la comisión de empleados o con el sindicato y según la legislación aplicable?			
15.8. ¿Ofrece a los empleados bonos adicionales orientados por elementos de sustentabilidad, como éxitos a medio y largo plazo o el alcance de metas relacionadas al desempeño social y ambiental?			
15.9. Total anual de la nómina y prestaciones en reales.			No aportan información
15.10. División del menor salario de la empresa por el salario mínimo vigente Respecto al programa de reparto de utilidades en los resultados de la empresa.			
15.11. Porcentaje de los valores repartidos en relación a la masa salarial.			
15.12. Porcentaje de empleados beneficiados respecto al programa de bonificación de la empresa.			
15.13. Porcentaje de los valores repartidos en relación a la masa salarial.			
15.14. Porcentaje de empleados beneficiados.			
15.15. Porcentaje de acciones de la empresa en poder de los empleados.			

INDICADOR 16. Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo			
TRABAJO DECENTE			
16.1. ¿Ha sido avalada por las normas SA800027, BS 880028, OHSAS 1800129 o por norma equivalente?			
16.2. ¿Ofrece programa de prevención y tratamiento para drogadicción y adicción al alcohol?			
16.3. ¿Ofrece programa específico para portadores de HIV/SIDA?			
16.4. ¿Posee política expresa de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos?			
16.5. ¿Prevé esa política la no discriminación a los portadores de HIV/SIDA?			
16.6. ¿Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos?			
16.7. ¿Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos?			
16.8. ¿Promueve ejercicios físicos en el horario laboral?			
16.9. ¿Promueve programa de combate al estrés para los empleados, especialmente para los que desempeñan funciones más estresantes (como operadores de call center, cajeros etc.)?			
16.10. ¿Posee programa de orientación alimentaria y nutricional?			
16.11. ¿Posee política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras?			
16.12. ¿Posee política de compensación de horas extras para todos los empleados, incluso gerentes y ejecutivos?			
16.13. Promedio de horas extras por empleado/año.			
16.14. Promedio de accidentes laborales por empleado/año.			
16.15. Porcentaje de los accidentes que resultaron en retiro temporal de empleados y/o de prestadores de servicio.			
16.16. Porcentaje de los accidentes que resultaron en mutilación u otros daños a la integridad física de empleados y/o de prestadores de servicio, con retiro permanente del cargo (incluyendo RSI – <i>Repetitive Strain Injury</i>).			
16.17. Porcentaje de los accidentes que resultaron en muerte de empleados y/o de prestadores de servicio.			
INDICADOR 17. Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad			
17.1. ¿Analiza periódicamente el perfil socioeconómico de sus empleados para abalzar sus estrategias de remuneración y prestaciones y de educación y desarrollo profesional?			
17.2. ¿Mantiene programa de erradicación del analfabetismo (absoluto y/o funcional), educación primaria o enseñanza supletoria entre sus empleados, con metas y recursos definidos?			
17.3. ¿Posee programa de mapeo para identificación de competencias potenciales por desarrollarse?			
17.4. ¿Contempla en sus políticas de desarrollo programas que promuevan la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización con los valores y principios individuales de sus empleados?			
17.5. ¿Posee programas de asesoramiento sobre la planificación de carreras con el afán de auxiliar a los empleados a reflejar sobre sus funciones e identificación de objetivos en largo plazo?			
17.6. ¿Considerando su papel social respecto a los practicantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal en sus respectivas áreas de estudio y con el debido acompañamiento?			
17.7. Al cerrar el periodo referente al programa de práctica laboral, ¿trata de emplearlo(s) en la propia empresa y en caso de imposibilidad, le(s) confiere oportunidades en empresas u organizaciones aliadas?			
17.8. Cantidad de horas de desarrollo profesional por empleado/año.			
17.9. Porcentaje de facturación bruta que se gasta en desarrollo profesional y educación.			
17.10. Número total de analfabetos en la fuerza de trabajo.			
17.11. Porcentaje de mujeres analfabetas en la fuerza de trabajo.			
17.12. Porcentaje de mujeres con enseñanza básica (del primero al cuarto grado de primaria) en la fuerza de trabajo.			
17.13. Porcentaje de mujeres con enseñanza básica (del quinto al octavo grado de primaria) en la fuerza de trabajo.			
17.14. Porcentaje de mujeres con bachillerato completo en la fuerza de trabajo.			
17.15. Porcentaje de mujeres con enseñanza superior completa en la fuerza de trabajo.			
17.16. Porcentaje de hombres analfabetos en la fuerza de trabajo.			
17.17. Porcentaje de hombres con enseñanza básica (del primero al cuarto grado de primaria) en la fuerza de trabajo.			
17.18. Porcentaje de hombres con enseñanza básica (del quinto al octavo grado de primaria) en la fuerza de trabajo.			
17.19. Porcentaje de hombres con bachillerato completo en la fuerza de trabajo.			
17.20. Porcentaje de hombres con enseñanza superior completa en la fuerza de trabajo.			

INDICADOR 18. Conducta frente a Despidos.			
18.1. ¿Ha tenido reclamos laborales relacionados a despidos en los últimos tres años?			
18.2. ¿Acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene política para minimización y mejoría de este indicador?			
18.3. ¿Busca establecer diálogo estructurado con instancias del gobierno local, especialistas, ONGs y sindicatos para conocer, entender, prever y reducir el impacto de un posible cierre de unidades de negocios o plantas, o de la eventual necesidad de corte de personal?			
18.4. ¿Busca asociaciones con organizaciones especializadas para desarrollar programas de capacitación y estímulo al emprendedorismo?			
18.5. ¿Ante la necesidad de reducción de personal, prevé una comunicación dirigida a los empleados remanentes sobre las razones que motivaron las decisiones tomadas?			
INDICADOR 19. Preparación para Jubilación			
Con el objetivo de preparar a sus empleados para la jubilación, la compañía: Ofrece informaciones básicas sobre la obtención de la jubilación. Orienta y ofrece asesoramiento regular sobre las modificaciones de la legislación, alternativas y procedimientos administrativos necesarios para la obtención de la jubilación. Desarrolla actividades sistemáticas de orientación (colectiva e individual), consejería y preparación para la jubilación, discutiendo sus aspectos psicológicos y de planificación financiera. Además de adoptar programa sistemático de preparación interna, ofrece oportunidades de aprovechamiento de la capacidad de trabajo de los jubilados.			
19.1. ¿Ofrece programa de seguridad social complementario a todos sus empleados?			
19.2. ¿Involucra a los familiares de los empleados en el proceso de preparación para la jubilación?			
19.3. ¿Participa en la elaboración de políticas públicas con el foco centrado en los mayores?			
19.4. ¿Participa o apoya programas y campañas públicas o privadas de valoración de los mayores?			
19.5. Número de empleados que participaron en el programa de preparación para jubilación.			
19.6. Número de liderazgos y jefaturas entrenadas sobre la cuestión del impacto emocional de la jubilación e importancia de la preparación del empleado.			
INDICADOR 20. Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental.			
20.1. ¿Es la política ambiental formal, todos los empleados la conocen y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?			
20.2. ¿Mantiene una persona responsable por el área de medio ambiente que participa en sus decisiones estratégicas?			
20.3. ¿Participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad?			
20.4. ¿Contribuye para la preservación de la biodiversidad por medio de política específica y/o proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados?			
20.5. ¿Tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de explotación ilegal de recursos naturales (como madera, productos forestales no madereros, animales etc.)?			
20.6. ¿Tiene procesos para mapeo, análisis y acción sistémica para la mejoría de la calidad ambiental?			
INDICADOR 21. Educación y Concienciación Ambiental.			
21.1. ¿Desarrolla periódicamente campañas internas de reducción del consumo de agua y de energía?			
21.2. ¿Desarrolla periódicamente campañas internas de educación con base en RS?			
21.3. ¿Desarrolla periódicamente campañas internas de educación para el consumo consciente?			

INDICADOR 22. Gerenciamiento del Impacto en el Medio.			
AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
22.1. ¿Posee plan de emergencia ambiental que relaciona todos sus procesos y productos o servicios que involucren situaciones de riesgo, y entrena a sus empleados en intervalos frecuentes para enfrentar tales situaciones?			
22.2. ¿Posee política y sistema de monitoreo con el objetivo de aumentar la calidad ambiental de la logística y gestión de la flota (tanto para vehículos de la compañía como de sus contratados)?			
22.3. ¿Posee programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, para la recolección de materiales tóxicos o reciclados postconsumo?			
22.4. ¿Provee a sus consumidores y clientes informaciones detalladas sobre daños ambientales resultantes del uso y de la destinación final de sus productos?			
22.5. ¿Discute con empleados, consumidores y clientes, proveedores y la comunidad los impactos ambientales causados por sus productos o servicios?			
22.6. ¿La compañía prioriza la contratación de proveedores que comprobablemente tengan buena conducta ambiental?			
22.7. ¿Ha recibido avales de las normas ambientales como ISO14001, FSC etc.?			
22.8. Promedio de cantidad de incidentes, actuaciones y/o multas por violación de las normas de protección ambiental.			
22.9. Total del pasivo ambiental al final del periodo.			
INDICADOR 23. Sustentabilidad de la Economía Forestal.			
23.1. ¿Realiza visitas programadas o eventualmente no programadas para realizar el monitoreo del origen o cadena de producción de los insumos madereros y forestales?			
23.2. ¿Incentiva a sus proveedores a buscar la certificación forestal?			
23.3. ¿Prioriza y apoya a los proveedores comprometidos con la sustentabilidad de las florestas?			
23.4. Visitas programadas o no programadas realizadas para monitoreo del origen o cadena de custodia.			
23.5. Cantidades de insumos utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo con origen verificado.			
23.6. Cantidades de insumos utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo concadena productiva certificada.			
INDICADOR 24. Minimización de Entradas y Salidas de Materiales.			
24.1. ¿Tiene iniciativas para el uso de fuentes de energía renovables?			
24.2. ¿Mantiene acciones de control de la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a su servicio?			
La compañía tiene sistema de monitoreo con metas específicas para:			
24.3. ¿El aumento de la eficiencia energética?			
24.4. ¿La reducción del consumo de agua?			
24.5. ¿La reducción de generación de residuos sólidos?			
24.6. ¿La reducción de emisión de CO2 y otros gases del efecto invernadero en la atmósfera?			
24.7. Total invertido en programas y proyectos de mejoría ambiental (en reales)			
24.8. Porcentaje de la facturación bruta destinado a programas y proyectos de mejoría ambiental.			
24.9. Consumo anual de energía (en Kw/h.) Consumo anual de combustibles fósiles.			
24.10. Gasolina/diesel (en litros).			
24.11. Óleo combustible (en toneladas).			
24.12. Gas – LPG/GN (en m3).			
24.13. Consumo anual de agua (en m3).			
24.14. Volumen promedio anual de CO2 y otros gases del efecto invernadero emitidos en la atmósfera (en toneladas).			
24.15. Cantidad anual (en toneladas) de residuos sólidos generados (basura, desechos, escombro etc.).			

INDICADOR 25. Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores.			
25.1. ¿Constan las políticas y criterios para las relaciones con los proveedores en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?			
25.2. ¿Al seleccionar proveedores (o desarrollar nuevos proveedores), incluye como criterio la práctica efectiva de procesos éticos de gestión de las informaciones de carácter privado obtenidas en sus relaciones con clientes o con el mercado en general?			
25.3. ¿Adopta política explícita o programa específico de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores?			
25.4. ¿Produce informe periódico con evidencias de que se están cumpliendo e implementando las cuestiones relacionadas a la responsabilidad social empresarial en su cadena productiva?			
25.5. ¿Discute cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores, con vistas al entrenamiento y adecuación de sus criterios?			
25.6. ¿Establece plazo formal para la conformidad de sus proveedores con sus criterios de responsabilidad social?			
25.7. ¿Al exigir prácticas de responsabilidad social de sus proveedores, realiza visitas de inspección de esas prácticas?			
25.8. ¿Conoce en profundidad el origen de las materias primas, insumos y productos utilizados en su producción o en las operaciones diarias y tiene la garantía de que en esos orígenes se respetan los derechos humanos y el medio ambiente?			
25.9. ¿Adopta criterios de compra que contemplan la garantía de origen para evitar la adquisición de productos “piratas”, falsificados o fruto de robo de carga?			
25.10. Porcentaje del total de proveedores que han recibido visita de inspección de prácticas de responsabilidad social.			
25.11. Entrenamientos, cursos, conferencias o reuniones sobre prácticas de responsabilidad social ofrecidas a los proveedores.			
25.12. Total de proveedores.			
25.13. Total pagado por bienes, materiales y servicios adquiridos en el periodo.			
INDICADOR 26. Trabajo Infantil en la Cadena Productiva.			
26.1. ¿Tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes sobre su cadena productiva, realizando inspecciones in loco y exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra infantil?			
26.2. Total de actuaciones por uso de mano de obra infantil en la cadena productiva.			
INDICADOR 27. Trabajo Forzado (ó Análogo al Esclavo) en la Cadena Productiva.			
27.1. ¿Tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes de evaluación y acompañamiento de sus proveedores, exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra forzada?			
27.2. Antes de comprar o contratar un proveedor, ¿trata de verificar si su nombre está en la Lista Negra de trabajo forzado en el Ministerio del Trabajo?			
27.3. Cantidad de actuaciones que recibió la compañía del Ministerio del Trabajo respecto al uso de trabajo forzado.			

INDICADOR 28. Apoyo al Desarrollo de Proveedores.			
28.1. ¿Incluye entre sus proveedores individuos o grupos de la comunidad, tales como cooperativas de pequeños productores o de iniciativas solidarias, asociaciones de barrio y organizaciones con proyectos de generación de renta para grupos usualmente excluidos (poblaciones indígenas, personas con discapacidad etc.)?			
28.2. ¿Apoya a organizaciones que practican y promueven el Comercio Justo44?			
28.3. ¿Tiene como norma el tratamiento justo a los proveedores, privilegiando el pequeño proveedor (con remuneración justa y al día, calidad en la relación, programas de cualificación y de traspaso de tecnologías etc.)?			
28.4. ¿Estimula la formación de redes o cooperativas de proveedores, ayudándolos a adecuarse a nuevos estándares de suministro?			
28.5. ¿Tiene política de compras que privilegien a proveedores con certificación socio ambiental?			
28.6. ¿Tiene mecanismos formales que permitan que transfiera a la cadena de proveedores sus valores y principios, tales como buenas condiciones de trabajo, ausencia de mano de obra infantil y forzada (o análoga a la mano de obra esclava), protección al medio ambiente, equidad de género, transparencia, participación y prestación de cuentas?			
28.7. ¿Posee la figura del defensor para proveedores o función similar para asegurar una relación de alianza con esa parte interesada?			
INDICADOR 29. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN COMERCIAL.			
29.1. ¿Consta la política de comunicación comercial en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?			
29.2. ¿Actualiza cuando es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, bulas, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) para hacer más transparente la relación y más seguro el uso de sus productos?			
29.3. ¿Llama la atención del cliente/consumidor para alteraciones en las características de sus productos o servicios (composición, calidad, plazos, peso, precio etc.)?			
29.4. ¿Tiene política formal contra propaganda que coloque a los niños, adolescentes, negros, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, apremiante, de riesgo o falta de respeto?			
29.5. ¿Realiza previo análisis de piezas publicitarias para verificar la conformidad con sus valores y principios?			
29.6. ¿Tiene políticas específicas para asegurar que la comunicación volcada al público infante juvenil sea responsable?			
29.7. ¿Interactúa con sus proveedores y distribuidores estimulándolos a adoptar una postura responsable respecto a la comunicación volcada al público infante juvenil?			
29.8. ¿Realiza previo análisis de piezas publicitarias para verificar la conformidad con la Declaración Universal de los Derechos Humanos?			
29.9. ¿Ha tenido en los últimos tres años, alguna campaña o pieza de comunicación que haya sido objeto de reclamación de clientes, proveedores o de la competencia?			
29.10. ¿Ha tenido en los últimos tres años, alguna campaña o piezas publicitarias recogidas por presión de organizaciones de la sociedad civil organizada?			
INDICADOR 30. Excelencia de la Atención.			
30.1. Ventas líquidas.			
30.2. Total de consumidores o clientes.			
30.3. ¿Consta la política y las normas de relaciones con clientes y consumidores en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?			
30.4. ¿Tiene un defensor del consumidor o función similar?			

30.5. ¿Ofrece la compañía Servicio de Atención al Cliente u otra forma de atención al público especializada para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios?			
30.6. ¿Promueve la compañía entrenamiento continuo de sus profesionales de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor?			
30.7. ¿Entrena e incentiva a su profesional de atención al público a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas?			
30.8. ¿Advierte continuamente a su profesional de atención al público y áreas correlativas sobre la importancia de procedimientos éticos en la obtención, manutención y uso de las informaciones de carácter privado resultantes de la interacción con sus consumidores, clientes o usuarios?			
30.9. ¿Acompaña la compañía el servicio de atención a consumidores/clientes por indicadores y tiene representación en los procesos de toma de decisión de la empresa?			
30.10. ¿Al vender productos y servicios, utiliza la compañía sólo argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente?			
30.11. ¿Tiene política explícita de no soborno para obtención de decisión de compra de productos o contratación de servicios?			
30.12. ¿Adopta una política formal de protección a la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario?			
30.13. ¿Le informa al cliente el propósito de recolección de informaciones personales antes de hacerlas?			
30.14. ¿Le solicita al cliente tan sólo las informaciones personales relevantes y nada además de los objetivos para los cuales declara ser necesarias?			
30.15. ¿Provee informaciones de registro del cliente a terceros sólo mediante su autorización?			
30.16. ¿Adopta una política que le permite al consumidor, cliente o usuario incluir, alterar y excluir datos del banco de informaciones de la empresa?			
30.17. Total de llamadas recibidas por el Servicio de Atención al Cliente (SAC).			
30.18. Porcentaje de reclamos en relación al total de llamadas recibidas por el SAC.			
30.19. Porcentaje de reclamos no atendidas por el SAC.			
30.20. Tiempo promedio de espera en el teléfono del SAC hasta el inicio de la atención (en minutos).			
30.21. Cantidad de innovaciones implementadas a raíz de la interferencia del defensor y/o del servicio de atención a consumidores/clientes			
INDICADOR 31. Conocimiento y Gerenciamiento de los daños potenciales de los Productos y Servicios.			
31.1. ¿Mantiene programa especial con foco en salud y seguridad del consumidor/cliente de sus productos y servicios?			
31.2. ¿Posee sistemas internos ágiles y capacita su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis?			
31.3. ¿Ha sido, en los últimos tres años, demandada por el incumplimiento de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente?			
31.4. ¿Ha tenido, en los últimos cinco años, productos retirados del mercado por presión de clientes/consumidores u órganos de defensa?			
31.5. ¿Tiene servicios/productos prohibidos en otros países y todavía comercializados en Brasil o exportados?			
Respecto a violaciones del Código de Defensa del Consumidor, la compañía:			
31.6. ¿Ya ha tenido productos multados por el incumplimiento de reglamento sobre la información y rotulado?			
Respecto a violaciones del Código de Defensa del Consumidor:			
31.7. Cantidad de demandas administrativas.			
31.8. Cantidad de demandas judiciales (civiles y criminales) recibidas.			

INDICADOR 32. Gerenciamiento del Impacto de la Compañía en la Comunidad de Entorno.			
32.1. ¿Reconoce la comunidad en que está presente como parte interesada importante en sus procesos decisorios?			
32.2. ¿Adopta políticas de relaciones con la comunidad de entorno contempladas en su código de conducta y/o en la declaración de valores?			
32.3. ¿Participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y del encaminamiento de soluciones?			
32.4. ¿Contribuye con mejorías en la infraestructura o en el ambiente local que pueda la comunidad disfrutar (vivienda, carreteras, puentes, escuelas, hospitales, etc.)?			
32.5. ¿Tiene programa para emplear, en las respectivas actividades y en la medida practicable, el mayor número de personas del local, dándoles formación, con el objetivo de aumentar los niveles de cualificación de la comunidad en que está insertada, en cooperación con sindicatos, ONG's, representantes de la comunidad o autoridades públicas competentes?			
32.6. ¿Tiene prácticas de compras y de inversiones para perfeccionar el desarrollo socioeconómico de la comunidad en que está presente?			
32.7. ¿Conciencia y entrena a sus empleados para respetar los valores y tradiciones de la comunidad donde actúa?			
32.8. ¿Posee indicadores para monitorear los impactos causados por sus actividades en la comunidad de entorno?			
32.9. En caso de que actúe en regiones que lindan con comunidades y reservas indígenas, ¿adopta la compañía políticas, procedimientos y normas formales para valorar y preservar el patrimonio cultural, humano y conocimientos y prácticas tradicionales de las poblaciones indígenas?			
En los últimos tres años, ha recibido la compañía reclamos o manifestaciones de la comunidad (petitorios, peticiones con muchas firmas, protestas) por los motivos listados a continuación:			
32.10. ¿Exceso de basura, generación de mal olor, efluentes y otras formas de contaminación (sonora, visual etc.)?			
32.11. ¿Exceso de tráfico de vehículos, causando ruido y trastornos?			
32.12. ¿Interferencia en sistemas de comunicación?			
32.13. ¿Alteraciones sociales negativas ocasionadas por sus actividades e instalaciones?			
32.14. ¿Otros motivos?			
INDICADOR 33. Relaciones con Organizaciones Locales.			
33.1. ¿Hace un relevamiento de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad?			
33.2. ¿Realiza en la comunidad, en conjunto con organizaciones locales, campañas educacionales y/o de interés público?			
INDICADOR 34. Financiamiento de la Acción Social.			
34.1. ¿Incluye la acción social y sus responsables en el proceso general de planificación estratégica?			
34.2. ¿Posee mecanismos para estimular proveedores, accionistas y otras partes involucradas a hacer donaciones financieras?			
34.3. ¿Utiliza especialistas en el ciclo de planificación, monitoreo y evaluación de su acción social?			
34.4. ¿Planea su acción social con vistas a maximizar su impacto a largo plazo?			
34.5. ¿Optimiza el impacto de su acción social impulsando recursos de otras compañías u organizaciones privadas y/o la participación de órganos públicos?			
34.6. ¿Tiene procedimiento de consulta periódica a los beneficiarios de su acción social, monitoreándola por medio de indicadores de desempeño?			

INDICADOR 35. Involucración de la Compañía con la Acción Social.			
35.1. ¿Utiliza los incentivos fiscales de deducción o descuento de donaciones y patrocinios?			
35.2. ¿Divulga internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y estimulando la participación de los empleados?			
35.3. ¿Autoriza el uso controlado de horas pagadas para el trabajo voluntario?			
Respecto a la gobernanza de la acción social, la compañía:			
35.4. ¿Posee un consejo o comité mixto, con miembros de distintas áreas de la empresa, o del grupo empresarial, incluyendo miembros de la sociedad acreditados para tratar del área temática en que actúa?			
35.5. Porcentaje de la facturación bruta destinada a la acción social (no incluya obligaciones legales, tampoco tributos o prestaciones vinculados a la condición de empleado de la empresa).			
35.6. Porcentaje correspondiente a donaciones en productos y servicios, del total destinado a la acción social.			
35.7. Porcentaje correspondiente a donaciones en especie, del total destinado a la acción social.			
35.8. Porcentaje correspondiente a inversiones en proyecto social propio, del total destinado a la acción social.			
35.9. Porcentaje correspondiente a la publicidad, del total destinado a la acción social.			
35.10. Porcentaje de empleados que realizan trabajo voluntario en la comunidad externa a la compañía.			
35.11. Cantidad de promedio de horas mensuales donadas (liberadas del horario laboral) por la compañía para trabajo voluntario de empleados.			
INDICADOR 36. Contribuciones para Campañas Políticas.			
36.1. ¿En los últimos cinco años, la compañía fue mencionada negativamente en la prensa por contribuir financieramente para campaña política?			
36.2. ¿Tiene la compañía norma explícita de no utilización del poder económico para influenciar contribuciones de otras compañías, proveedores, distribuidores y otros aliados?			
INDICADOR 37. Construcción de la Ciudadanía por las Empresas.			
37.1. ¿Estimula la compañía a sus empleados para que ejerzan evaluación y control de la actuación de los candidatos electos?			
INDICADOR 38. Prácticas Anticorrupción y Coima.			
38.1. ¿Ha tenido su nombre mencionado en la prensa en los últimos cinco años bajo sospecha de haber participado en incidente de ofrecimiento de coima o la práctica de corrupción de agentes públicos?			
38.2. ¿Prevé medidas punitivas a los colaboradores y empleados involucrados en favorecimiento a agentes del poder público?			
38.3. ¿Posee política explícita de no apoyo y participación en procesos que objetivan la manipulación de edictos de licitación (públicos o privados)?			
INDICADOR 39. Liderazgo e Influencia Social.			
39.1. ¿Patrocina o realiza campañas de medios exclusivamente relacionadas a cuestiones de interés público?			
39.2. ¿Interactúa activamente con instituciones de enseñanza de todos los niveles para la elaboración de propuestas para mejoría de la cualificación de la mano de obra del sector en que actúa?			
39.3. ¿Estimula y patrocina proyectos de desarrollo de investigación y tecnología, interactuando activamente con la comunidad académica y científica?			
INDICADOR 40. Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales.			
40.1. ¿Adopta o desarrolla alianza con organismos públicos con los objetivos de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, la salud y/o la infraestructura, erradicar el trabajo infantil y/o el trabajo forzado, incentivar la generación de renta y/o desempleo, promover seguridad alimentaria etc.?			
40.2. ¿Patrocina programa público o privado de beca escolar?			
40.3. ¿Articula y coordina asociaciones en los programas en los cuales participa?			

Anexo 2 Clasificación de los indicadores por Departamento

INDICADORES ETHOS	ÁREA RESPONSABLE	SI	NO	NO APLICA	OBSERVACIONES
INDICADOR 1. Compromisos Éticos	Recursos Humanos R.H. Producción P. Finanzas F.				
Liderazgo Social, Liderazgo e Influencia Social y Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales					
1.1. ¿Expone públicamente sus compromisos éticos por medio de material institucional, por la Internet o de otra manera adecuada a sus partes involucradas?	R.H.		X		
El código de conducta y/o la declaración de valores de la organización:					
1.2. ¿Contemplan las siguientes partes involucradas: empleados, proveedores, medio ambiente, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y accionistas minoritarios?	P. y F.		X		
1.3. ¿Prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales (como soborno, corrupción, extorsión, coima y "caja B") para obtención de ventajas comerciales?	R.H.		X		
1.5. ¿Cumplimiento de las leyes y pago de tributos?	R.H.	X			
1.12. ¿Fraude en licitación pública?	R.H. y F.		X		
1.13. ¿Límites de las actividades y contribuciones políticas?	R.H.	X			
1.14. ¿Relaciones con la comunidad?	R.H.	X			
1.18. ¿Son explícitos cuanto al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todas las partes?	F.	X			
1.19. ¿Posee comité, consejo o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) internamente?	R.H.	X			
1.20. ¿Posee comité, consejo o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas reconocido(s) externamente?	P. y F.	X			
1.21. ¿Estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de sus empleados?	F.	X			
1.23. ¿Además de cumplir todas las legislaciones en vigor para su ejercicio y estar al día con todos los tributos, tiene procedimientos para que todos sus empleados conozcan las leyes a que están vinculadas al ejercer actividades en nombre de la organización o en su beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente?	R.H. y F.	X			
INDICADOR 2: Arraigo en la Cultura Organizativa	R.H.				
2.1. ¿Se abordan las cuestiones éticas en encuestas de ambiente organizativo, por evaluación 360° o herramientas similares?	R.H.	X			
2.2. ¿Los empleados de la compañía demuestran familiaridad en su cotidiano con los temas y presupuestos contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente?	R.H.	X			
INDICADOR 3. Gobernanza Corporativa	R.H. y F.				
3.1. ¿Cuenta con mecanismos o sistemas formales para evaluación periódica de sus integrantes?	R.H.	X			
3.2. ¿Posee estructura que contemple consejos de administración o consultivo, auditoría externa independiente, para: asegurar el control de la propiedad sobre la gestión; prevenir/cohibir abusos de poder de sus integrantes, fraudes por uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses; cohibir el soborno y otras prácticas de corrupción, la creación de "contabilidades paralelas" o de cuentas secretas y la elaboración de documentos que no reflejen verdaderamente las transacciones que reportan?	F.	X			
3.3. ¿Para nombrar miembros del consejo, ¿lleva en consideración habilidades, conocimientos y especialización para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades y riesgos ambientales y sociales y monitorear la actuación de la gestión (directiva)?	R.H.	X			
3.4. ¿Utiliza estudios, investigaciones y el apoyo de especialistas para mejor fundamentar la resolución de dilemas éticos, socio ambientales y relativos a derechos humanos?	R.H.		X		
3.8. ¿Orienta sus operaciones en concordancia con Principios del Pacto Global12y/ o en apoyo a las Metas del Milenio?	R.H.	X			
3.9. ¿La declaración de la visión y estrategia de la organización contemplan contribuciones y dilemas de la compañía en lo que se refiere al desarrollo sustentable?	R.H.		X		
3.10. Número de miembros del Consejo de Administración.	R.H.	X			7
3.12. Porcentaje de mujeres en el Consejo de Administración (o en estructura similar).	R.H.	X			4
INDICADOR 4. Relaciones con la Competencia	MERCADEO M.				
4.1. ¿Los principios relacionados a la competencia leal constan en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?	M.	X			
4.2. ¿Expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su sitio en laWeb, de material institucional, del informe anual etc.)?	M.		X		

INDICADOR 5. Diálogo con las Partes Involucradas (Stakeholders)	R.H.			
5.1. ¿Mantiene comunicación regular con grupos o partes involucradas que critiquen la naturaleza de sus procesos, productos o servicios?	R.H.	X		
5.2. ¿Tiene política y/o procedimientos de relaciones para responder prontamente a cualesquier sugerencias, solicitudes, esfuerzos o demandas de sus partes.	R.H.	X		
INDICADOR 8. Gestión Participativa	M. y P.			
8.2. ¿Posee la compañía políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos?	M.	X		
8.3. ¿Posee programa para estimular y reconocer sugerencias de los empleados para mejoría de los procesos internos?	P.	X		
INDICADOR 10. Compromiso con el Desarrollo Infantil	R.H.			
10.3. ¿Acompaña en forma periódica la vacunación, crecimiento y desarrollo de los hijos de los empleados, solicitando y verificando la Libreta de Salud del Niño del Ministerio de la Salud?	R.H.	X		
Ofrece la empresa las prestaciones listadas a continuación para empleados (mujeres y hombres), indiscriminadamente, abarcando todos los niveles jerárquicos:				
10.10. ¿Plan de salud familiar?	R.H.	X		
10.11. ¿Guardería, conforme la ley, en el lugar de trabajo o de la red convenida?	R.H.	X		
10.12. ¿Flexibilidad en los horarios para empleados con hijos menores de 6 años?	R.H.	X		
10.13. ¿Ayuda para educación de los hijos?	R.H.	X		
10.14. ¿Las mismas prestaciones de sus empleados registrados a los empleados tercerizados?	R.H.	X		
10.17. ¿Facilita la empresa la utilización de la flexibilidad de horario de 1 hora de lactancia conforme la legislación en vigor?	R.H.	X		
10.22. Porcentaje de hijos de empleados al día con la vacunación para su edad, conforme establece el Ministerio de la Salud Sobre los empleados en régimen de contratación.	R.H.	X		100%
INDICADOR 11. Valorización de la Diversidad y Promoción de la Equidad Racial y de Género	R.H.			
11.1. ¿La política de valoración de la diversidad y no discriminación está en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?	R.H.	X		
INDICADOR 13. Compromiso de la Empresa con la Promoción de la Equidad de Género.	M. y R.H.			
13.1. ¿Es formal la política de promoción de la equidad de género y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?	R.H.	X		
13.4. ¿La política de promoción de la equidad de género es explícita en lo que se refiere a salarios y prestaciones, seguridad social privada, acceso a entrenamientos y becas de estudios?	R.H.	X		
13.7. ¿Tiene la empresa metas de contratación, entrenamiento y movilidad interna (horizontal y vertical) para promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas?	R.H.	X		
13.8. ¿Garantiza la política de promoción de la equidad la participación femenina en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa?	R.H.	X		
13.10. ¿Prohíbe la política expresamente actividades que puedan intimidar o apremiar a las mujeres en el ambiente laboral?	R.H.	X		
13.12. ¿Tiene la política de comunicación comercial como premisa no utilizar la figura femenina estereotipada, que llegue a agredir la dignidad de las mujeres?	M.	X		

13.14. ¿Posee procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológicos, morales, físico y sexuales en el sitio laboral y en el transporte hacia la empresa?	R.H.	X		
13.15. ¿Promueve campañas de sensibilización de los hombres sobre la importancia de la división de tareas domésticas y sobre la paternidad responsable?	M.		X	
13.16. Porcentaje de mujeres en relación al total de empleados.	R.H.	X		48%
13.17. Porcentaje de mujeres en cargos ejecutivos en relación al total de cargos disponibles.	R.H.	X		28%
13.18. Porcentaje de mujeres en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos disponibles.	R.H.	X		52%
13.19. Salario promedio mensual de mujeres en cargos ejecutivos.				No aportan información
13.20. Salario promedio mensual de hombres en cargos ejecutivos.			X	
13.21. Salario promedio mensual de hombres en cargos de coordinación y jefatura.				
13.22. Salario promedio mensual de mujeres en cargos de coordinación y jefatura.				
INDICADOR 14. Relaciones con Trabajadores Tercerizados	R.H.			
14.1. ¿Contemplan el código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa cuestiones relativas a la no discriminación de los trabajadores tercerizados?	R.H.	X		
14.2. ¿Integra los trabajadores tercerizados a sus programas de entrenamiento y desarrollo profesional?	R.H.	X		
14.3. ¿Posee un número de trabajadores tercerizados inferior al 20% (veinte por ciento) del total de contratados?	R.H.		X	
14.4. ¿Posee política de integración de los trabajadores tercerizados con la cultura, valores y principios de la empresa?	R.H.	X		
14.5. Total de trabajadores (mujeres y hombres) tercerizados.	R.H.	X		64% - Sólo dan la información en porcentaje
En ese universo de trabajadores tercerizados:	R.H.			
14.6. Porcentaje de mujeres en relación al total de trabajadores tercerizados.	R.H.	X		31%
14.7. Porcentaje de mujeres negras (negras y pardas) en relación al total de trabajadores tercerizados.	R.H.	X		10%
14.8. Porcentaje de hombres negros (negros y pardos) en relación al total de trabajadores tercerizados.	R.H.	X		8%
14.9. Porcentaje de personas discapacitadas.	R.H.		X	
14.10. Porcentaje de personas mayores de 45 años.	R.H.	X		33%
14.11. Porcentaje de mujeres.	R.H.	X		22%
En ese universo de trabajadores tercerizados:				
14.12. Salario promedio mensual de mujeres blancas.	R.H.			No aportan información
14.13. Salario promedio mensual de mujeres negras.	R.H.			
14.14. Salario promedio mensual de hombres blancos.	R.H.			
14.15. Salario promedio mensual de hombres negros (negros y pardos).	R.H.			
INDICADOR 15. Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera	R.H. y F.			
15.1. ¿El plan de cargos y salarios de la empresa es transparente y figura en su código de conducta y/o en la declaración de valores?	R.H.		X	
15.2. ¿La remuneración variable de la compañía representa menos del 20% (veinte por ciento) de la masa salarial?	R.H.		X	
15.3. ¿Posee políticas con metas para reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración pagada por la compañía (monitoreada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, en especie, incluyendo el reparto de utilidades y programa de bonos)?	R.H.		X	
15.4. ¿Ha efectuado, en los últimos dos años, un aumento de la proporción entre el menor salario de la compañía y el salario mínimo vigente?	R.H.		X	
15.5. ¿Realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones?	F.	X		

El programa de reparto de utilidades de la empresa, en caso de que lo posea:				
15.6. ¿Se ha establecido por medio de negociación con la comisión de empleados o con el sindicato y según la legislación aplicable?	F.	X		
El programa de bonificación de la empresa, en caso de que lo posea:				
15.7. ¿Se ha establecido por medio de negociación con la comisión de empleados o con el sindicato y según la legislación aplicable?	R.H.		X	
15.8. ¿Ofrece a los empleados bonos adicionales orientados por elementos de sustentabilidad, como éxitos a medio y largo plazo o el alcance de metas relacionadas al desempeño social y ambiental?	R.H.	X		
15.9. Total anual de la nómina y prestaciones en reales.	F.			
15.10. División del menor salario de la empresa por el salario mínimo vigente Respecto al programa de reparto de utilidades en los resultados de la empresa.				
15.11. Porcentaje de los valores repartidos en relación a la masa salarial.				
15.12. Porcentaje de empleados beneficiados respecto al programa de bonificación de la empresa.		X		No dan información
15.13. Porcentaje de los valores repartidos en relación a la masa salarial.				
15.14. Porcentaje de empleados beneficiados.				
15.15. Porcentaje de acciones de la empresa en poder de los empleados.				
INDICADOR 16. Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo	R.H.			
TRABAJO DECENTE				
16.4. ¿Posee política expresa de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos?	R.H.	X		
16.8. ¿Promueve ejercicios físicos en el horario laboral?	R.H.	X		
16.9. ¿Promueve programa de combate al estrés para los empleados, especialmente para los que desempeñan funciones más estresantes (como operadores de call center, cajeros etc.)?	R.H.	X		
16.10. ¿Posee programa de orientación alimentaria y nutricional?	R.H.		X	
16.11. ¿Posee política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras?	R.H.		X	
16.12. ¿Posee política de compensación de horas extras para todos los empleados, incluso gerentes y ejecutivos?	R.H.	X		
16.13. Promedio de horas extras por empleado/año.	R.H.	X		420 H / a
16.14. Promedio de accidentes laborales por empleado/año.	R.H.	X		3
16.15. Porcentaje de los accidentes que resultaron en retiro temporal de empleados y/o de prestadores de servicio.	R.H.	X		2%
16.16. Porcentaje de los accidentes que resultaron en mutilación u otros daños a la integridad física de empleados y/o de prestadores de servicio, con retiro permanente del cargo (incluyendo RSI – <i>Repetitive Strain Injury</i>).	R.H.	X		0%
16.17. Porcentaje de los accidentes que resultaron en muerte de empleados y/o de prestadores de servicio.	R.H.	X		0%
INDICADOR 17. Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	R.H.			
17.1. ¿Analiza periódicamente el perfil socioeconómico de sus empleados para abalzar sus estrategias de remuneración y prestaciones y de educación y desarrollo profesional?	R.H.		X	
17.5. ¿Posee programas de asesoramiento sobre la planificación de carreras con el afán de auxiliar a los empleados a reflejar sobresus funciones e identificación de objetivos en largo plazo?	R.H.	X		
17.6. ¿Considerando su papel social respecto a los practicantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal en sus respectivas áreas de estudio y con el debido acompañamiento?	R.H.	X		
17.7. Al cerrar el periodo referente al programa de práctica laboral, ¿trata de emplearlo(s) en la propia empresa y en caso de imposibilidad, le(s) confiere oportunidades en empresas u organizaciones aliadas?	R.H.	X		
17.10. Número total de analfabetos en la fuerza de trabajo.	R.H.	X		0
17.11. Porcentaje de mujeres analfabetas en la fuerza de trabajo.	R.H.	X		0
17.12. Porcentaje de mujeres con enseñanza básica (del primero al cuarto grado de primaria) en la fuerza de trabajo.	R.H.	X		6
17.13. Porcentaje de mujeres con enseñanza básica (del quinto al octavo grado de primaria) en la fuerza de trabajo.	R.H.	X		14%
17.14. Porcentaje de mujeres con bachillerato completo en la fuerza de trabajo.	R.H.	X		30%
17.15. Porcentaje de mujeres con enseñanza superior completa en la fuerza de trabajo.	R.H.	X		50%

17.16. Porcentaje de hombres analfabetos en la fuerza de trabajo.	R.H.	X			0%
17.17. Porcentaje de hombres con enseñanza básica (del primero al cuarto grado de primaria) en la fuerza de trabajo.	R.H.	X			4%
17.18. Porcentaje de hombres con enseñanza básica (del quinto al octavo grado de primaria) en la fuerza de trabajo.	R.H.	X			18%
17.19. Porcentaje de hombres con bachillerato completo en la fuerza de trabajo.	R.H.	X			26%
17.20. Porcentaje de hombres con enseñanza superior completa en la fuerza de trabajo.	R.H.	X			52%
INDICADOR 18. Conducta frente a Despidos.	P.				
18.1. ¿Ha tenido reclamos laborales relacionados a despidos en los últimos tres años?.	P.		X		
18.2. ¿Acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene política para minimización y mejoría de este indicador?	P.			X	El trabajador de obra va y viene con frecuencia, no se puede medir
18.4. ¿Busca asociaciones con organizaciones especializadas para desarrollar programas de capacitación y estímulo al emprendedorismo?	P.	X			
18.5. ¿Ante la necesidad de reducción de personal, prevé una comunicación dirigida a los empleados remanentes sobre las razones que sustentan las decisiones tomadas?	P.	X			
INDICADOR 20. Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental.	R.H. y P.				
20.1. ¿Es la política ambiental formal, todos los empleados la conocen y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?	P.		X		
20.2. ¿Mantiene una persona responsable por el área de medio ambiente que participa en sus decisiones estratégicas?	P.	X			
20.3. ¿Participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad?	R.H.	X			
20.4. ¿Contribuye para la preservación de la biodiversidad por medio de política específica y/o proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados?	P.			X	
20.5. ¿Tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de explotación ilegal de recursos naturales (como madera, productos forestales no madereros, animales etc.)?	P.			X	
20.6. ¿Tiene procesos para mapeo, análisis y acción sistémica para la mejoría de la calidad ambiental?	P.		X		
INDICADOR 21. Educación y Concienciación Ambiental.	P.				
21.1. ¿Desarrolla periódicamente campañas internas de reducción del consumo de agua y de energía?	P.	X			
21.2. ¿Desarrolla periódicamente campañas internas de educación con base en RS?	P.		X		
21.3. ¿Desarrolla periódicamente campañas internas de educación para el consumo consciente?	P.		X		
INDICADOR 22. Gerenciamiento del Impacto en el Medio.	M. y P.				
AMBIENTE Y DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS					
22.1. ¿Posee plan de emergencia ambiental que relaciona todos sus procesos y productos o servicios que involucren situaciones de riesgo, y entrena a sus empleados en intervalos frecuentes para enfrentar tales situaciones?	M.	X			
22.2. ¿Posee política y sistema de monitoreo con el objetivo de aumentar la calidad ambiental de la logística y gestión de la flota (tanto para vehículos de la compañía como de sus contratados)?	P.		X		
22.3. ¿Posee programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, para la recolección de materiales tóxicos o reciclados postconsumo?	P.	X			
22.4. ¿Provee a sus consumidores y clientes informaciones detalladas sobre daños ambientales resultantes del uso y de la destinación final de sus productos?	M.	X			
22.5. ¿Discute con empleados, consumidores y clientes, proveedores y la comunidad los impactos ambientales causados por sus productos o servicios?	M.	X			
22.6. ¿La compañía prioriza la contratación de proveedores que comprobadamente tengan buena conducta ambiental?	M.		X		
22.8. Promedio de cantidad de incidentes, actuaciones y/o multas por violación de las normas de protección ambiental.	M.	X			15%

INDICADOR 24. Minimización de Entradas y Salidas de Materiales.	P.			
24.1. ¿Tiene iniciativas para el uso de fuentes de energía renovables?	P.		X	
24.2. ¿Mantiene acciones de control de la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a su servicio?	P.	X		
La compañía tiene sistema de monitoreo con metas específicas para:				
24.3. ¿El aumento de la eficiencia energética?	P.		X	
24.4. ¿La reducción del consumo de agua?	P.	X		
24.5. ¿La reducción de generación de residuos sólidos?	P.	X		
24.6. ¿La reducción de emisión de CO2 y otros gases del efecto invernadero en la atmósfera?	P.	X		
24.7. Total invertido en programas y proyectos de mejoría ambiental (en reales)	P.		X	No suministran información
24.8. Porcentaje de la facturación bruta destinado a programas y proyectos de mejoría ambiental.	P.		X	No suministran información
24.9. Consumo anual de energía (en Kw/h.) Consumo anual de combustibles fósiles.	P.		X	
24.10. Gasolina/diesel (en litros).	P.		X	Información de los proveedores
24.11. Óleo combustible (en toneladas).	P.		X	Información de los proveedores
24.12. Gas - LPG/GN (en m³).	P.		X	Información de los proveedores
24.13. Consumo anual de agua (en m³).	P.		X	
24.14. Volumen promedio anual de CO2 y otros gases del efecto invernadero emitidos en la atmósfera (en toneladas).	P.		X	
24.15. Cantidad anual (en toneladas) de residuos sólidos generados (basura, desechos, escombros etc.).	P.		X	
INDICADOR 25. Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores.	P. y M.			
25.1. ¿Constan las políticas y criterios para las relaciones con los proveedores en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?	M.		X	
25.2. ¿Al seleccionar proveedores (o desarrollar nuevos proveedores), incluye como criterio la práctica efectiva de procesos éticos de gestión de las informaciones de carácter privado obtenidas en sus relaciones con clientes o con el mercado en general?	M.		X	
25.3. ¿Adopta política explícita o programa específico de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores?			X	En construcción
25.4. ¿Produce informe periódico con evidencias de que se están cumpliendo e implementando las cuestiones relacionadas a la responsabilidad social empresarial en su cadena productiva?	P.		X	
25.5. ¿Discute cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores, con vistas al entrenamiento y adecuación de sus criterios?	M.		X	
25.6. ¿Establece plazo formal para la conformidad de sus proveedores con sus criterios de responsabilidad social?	M.	X	X	
25.8. ¿Conoce en profundidad el origen de las materias primas, insumos y productos utilizados en su producción o en las operaciones diarias y tiene la garantía de que en esos orígenes se respetan los derechos humanos y el medio ambiente?	P.		X	
INDICADOR 26. Trabajo Infantil en la Cadena Productiva.	R.H.			
26.1. ¿Tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes sobre su cadena productiva, realizando inspecciones in loco y exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra infantil?	RH	X		
26.2. Total de actuaciones por uso de mano de obra infantil en la cadena productiva.	RH		X	

INDICADOR 28. Apoyo al Desarrollo de Proveedores.	P.			
28.3. ¿Tiene como norma el tratamiento justo a los proveedores, privilegiando el pequeño proveedor (con remuneración justa y al día, calidad en la relación, programas de cualificación y de traspaso de tecnologías etc.)?	P.	X		
28.5. ¿Tiene política de compras que privilegien a proveedores con certificación socio ambiental?	P.		X	
INDICADOR 29. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN COMERCIAL	M.			
29.1. ¿Consta la política de comunicación comercial en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?	M.	X		
29.2. ¿Actualiza cuando es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, bulas, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) para hacer más transparente la relación y más seguro el uso de sus productos?	M.	X		
29.3. ¿Llama la atención del cliente/consumidor para alteraciones en las características de sus productos o servicios (composición, calidad, plazos, peso, precio etc.)?	M.	X		
29.4. ¿Tiene política formal contra propaganda que coloque a los niños, adolescentes, negros, mujeres o cualquier individuo en situación perjudicial, apremiante, de riesgo o falta de respeto?	M.	X		
29.5. ¿Realiza previo análisis de piezas publicitarias para verificar la conformidad con sus valores y principios?	M.	X		
INDICADOR 30. Excelencia de la Atención.	M.			
30.2. Total de consumidores o clientes.	M.	X		El número no lo indican. Es por proyecto
30.3. ¿Constan la política y las normas de relaciones con clientes y consumidores en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?	M.		X	
30.4. ¿Tiene un defensor del consumidor o función similar?	M.		X	En construcción
30.5. ¿Ofrece la compañía Servicio de Atención al Cliente u otra forma de atención al público especializada para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios?	M.	X		
30.6. ¿Promueve la compañía entrenamiento continuo de sus profesionales de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor?	M.	X		
30.7. ¿Entrena e incentiva a su profesional de atención al público a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas?	M.	X		
30.10. ¿Al vender productos y servicios, utiliza la compañía sólo argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente?	M.	X		
30.11. ¿Tiene política explícita de no soborno para obtención de decisión de compra de productos o contratación de servicios?	M.		X	
30.13. ¿Le informa al cliente el propósito de recolección de informaciones personales antes de hacerlas?	M.	X		
30.14. ¿Le solicita al cliente tan sólo las informaciones personales relevantes y nada además de los objetivos para los cuales declara ser necesarias?	M.	X		
30.15. ¿Provee informaciones de registro del cliente a terceros sólo mediante su autorización?	M.	X		
30.16. ¿Adopta una política que le permite al consumidor, cliente o usuario incluir, alterar y excluir datos del banco de informaciones de la empresa?	M.	X		
30.17. Total de llamadas recibidas por el Servicio de Atención al Cliente (SAC).	M.	X		50 en Promedio por proyecto
30.18. Porcentaje de reclamos en relación al total de llamadas recibidas por el SAC.	M.	X		4%
30.19. Porcentaje de reclamos no atendidas por el SAC.	M.	X		0%
30.20. Tiempo promedio de espera en el teléfono del SAC hasta el inicio de la atención (en minutos).	M.	X		1,50%

INDICADOR 31. Conocimiento y Gerenciamiento de los daños potenciales de los Productos y Servicios.	M.			
31.2. ¿Posee sistemas internos ágiles y capacita su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis?	M.	X		
31.3. ¿Ha sido, en los últimos tres años, demandada por el incumplimiento de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente?	M.		X	
31.4. ¿Ha tenido, en los últimos cinco años, productos retirados del mercado por presión de clientes/consumidores u órganos de defensa?	M.		X	
31.5. ¿Tiene servicios/productos prohibidos en otros países y todavía comercializados en Brasil o exportados?	M.			X
INDICADOR 32. Gerenciamiento del Impacto de la Compañía en la Comunidad de Entorno.	P. y F.			
32.1. ¿Reconoce la comunidad en que está presente como parte interesada importante en sus procesos decisorios?	P.	X		
32.2. ¿Adopta políticas de relaciones con la comunidad de entorno contempladas en su código de conducta y/o en la declaración de valores?	P.		X	
32.3. ¿Participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y del encaminamiento de soluciones?	P.	X		
32.4. ¿Contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que pueda la comunidad disfrutar (vivienda, carreteras, puentes, escuelas, hospitales, etc.)?	P.	X		
32.5. ¿Tiene programa para emplear, en las respectivas actividades y en la medida practicable, el mayor número de personas del local, dándoles formación, con el objetivo de aumentar los niveles de cualificación de la comunidad en que está insertada, en cooperación con sindicatos, ONG's, representantes de la comunidad o autoridades públicas competentes?	P.			X
32.6. ¿Tiene prácticas de compras y de inversiones para perfeccionar el desarrollo socioeconómico de la comunidad en que está presente?	F.		X	
32.7. ¿Conciencia y entrena a sus empleados para respetar los valores y tradiciones de la comunidad donde actúa?	P.	X		
32.8. ¿Posee indicadores para monitorear los impactos causados por sus actividades en la comunidad de entorno?	P.	X		
En los últimos tres años, ha recibido la compañía reclamos o manifestaciones de la comunidad (petitorios, peticiones con muchas firmas, protestas) por los motivos listados a continuación:				
32.10. ¿Exceso de basura, generación de mal olor, efluentes y otras formas de contaminación (sonora, visual etc.)?	P.		X	
32.11. ¿Exceso de tráfico de vehículos, causando ruido y trastornos?	P.		X	
INDICADOR 33. Relaciones con Organizaciones Locales.	P. y M.			
33.1. ¿Hace un relevamiento de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad?	P.	X		
33.2. ¿Realiza en la comunidad, en conjunto con organizaciones locales, campañas educacionales y/o de interés público?	M.		X	
INDICADOR 34. Financiamiento de la Acción Social.	P., M. y F.			
34.2. ¿Posee mecanismos para estimular proveedores, accionistas y otras partes involucradas a hacer donaciones financieras?	P. F.	X	X	Producción SI - Finanzas NO
34.4. ¿Planea su acción social con vistas a maximizar su impacto a largo plazo?	P.	X		
34.5. ¿Optimiza el impacto de su acción social impulsando recursos de otras compañías u organizaciones privadas y/o la participación de órganos públicos?	M.		X	
34.6. ¿Tiene procedimiento de consulta periódica a los beneficiarios de su acción social, monitoreándola por medio de indicadores de desempeño?	M.		X	

INDICADOR 35. Involucración de la Compañía con la Acción Social.	R.H., P. y F.			
35.1. ¿Utiliza los incentivos fiscales de deducción o descuento de donaciones y patrocinios?	F.	X		
Respecto a la gobernanza de la acción social, la compañía:				
35.4. ¿Posee un consejo o comité mixto, con miembros de distintas áreas de la empresa, o del grupo empresarial, incluyendo miembros de la sociedad acreditados para tratar del área temática en que actúa?	R.H.	X		
35.5. Porcentaje de la facturación bruta destinada a la acción social (no incluya obligaciones legales, tampoco tributos o prestaciones vinculados a la condición de empleado de la empresa).	F.	X		4%
35.6. Porcentaje correspondiente a donaciones en productos y servicios, del total destinado a la acción social.	F.	X		4%
35.7. Porcentaje correspondiente a donaciones en especie, del total destinado a la acción social.	F.	X		1%
35.8. Porcentaje correspondiente a inversiones en proyecto social propio, del total destinado a la acción social.	P.		X	
INDICADOR 38. Prácticas Anticorrupción y Coima.	F.			
38.1. ¿Ha tenido su nombre mencionado en la prensa en los últimos cinco años bajo sospecha de haber participado en incidente de ofrecimiento de coima o la práctica de corrupción de agentes públicos?	F.		X	
38.3. ¿Posee política explícita de no apoyo participación en procesos que objetivan la manipulación de edictos de licitación (públicos o privados)?	F.		X	