indicadores
acción empresarial

de Responsabilidad Social

Una herramienta de gestión y evaluación para las empresas interesadas en desempeñarse de forma socialmente responsable

Octubre 2001

ACCION empresarial

indicadores
acción empresarial
de Responsabilidad Social

Esta es una publicación de Acción Empresarial,
realizada con el apoyo de Fundación Ford, y con
la asesoría técnica de la Escuela de Administración
de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Con el apoyo de:
Fundación Ford

Con el patrocinio de:
Confederación de la Producción y el Comercio

Colaboración
Instituto Ethos

Ejecución:
Pontificia Universidad Católica de Chile - Escuela de Administración

Todos los Derechos Reservados
Su reproducción es permitida con autorización previa por escrito de Acción Empresarial

Octubre 2001

ACCION empresarial

ACCION EMPRESARIAL
Encomenderos 231, Of. 601, Las Condes
Santiago - Chile
Tel: 562-2345141
Fax: 562-2345088
E-mail: info@accionempresarial.cl
Visite nuestro sitio en Internet: www.accionempresarial.cl

Indice de secciones

INDICADORES "ACCIÓN EMPRESARIAL" DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 5

INSTRUCCIONES PARA RESPONDER EL CUESTIONARIO 7

ACCIÓN EMPRESARIAL 8

CUESTIONARIO 11

1. ÉTICA EMPRESARIAL 11
2. CALIDAD DE VIDA LABORAL 18
3. MEDIO AMBIENTE 26
4. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD 31
5. MARKETING RESPONSABLE 39

ANÁLISIS DE RESULTADOS INDIVIDUALES 44

SCORE CARD DE BALANCE SOCIAL DE LA EMPRESA: RESULTADOS POR ÁREA 46

BIBLIOGRAFÍA 48

Indicadores "Acción Empresarial"
de Responsabilidad Social Corporativa

Los Indicadores Acción Empresarial de Responsabilidad Social Corporativa son una herramienta práctica que le permitirá a su empresa evaluar el grado de desarrollo de sus estrategias, políticas y prácticas en los distintos ámbitos que involucra la responsabilidad de un «buen ciudadano corporativo». A través de un cuestionario de evaluación de simple aplicación, su empresa podrá conocer, a nivel cualitativo como cuantitativo, su desempeño en estas materias por área y en forma agregada.

Los indicadores pueden ser utilizados adicionalmente como una excelente herramienta de gestión y planeamiento, así como una fuente de ideas para diseñar estrategias y acciones futuras en aquellos ámbitos en los que su empresa quiere profundizar su desempeño.

Los indicadores aquí presentados abarcan la responsabilidad social empresarial desde una perspectiva integral, que incluyen las políticas y acciones de la empresa en cinco áreas:

- **Ética Empresarial**
- **Calidad de Vida Laboral**
- **Medio Ambiente**
- **Compromiso con la Comunidad**
- **Marketing Responsable**

Esperamos que estos indicadores contribuyan a que las empresas perciban el valor de las prácticas corporativas socialmente responsables y reconozcan su impacto positivo en el desempeño, imagen y sustentabilidad de su negocio en el largo plazo.

Los indicadores aquí descritos abarcan la extensa variedad de temas y frentes que involucra la responsabilidad social empresarial. No necesariamente su empresa debe presentar políticas y acciones en todas ellas, por cuanto esto depende de las prioridades y objetivos corporativos que se hayan definido. Adicionalmente, se incluyen requerimientos de información cuantitativa que estamos concientes que en algunos temas puede no estar disponible; pero esperamos que estos indicadores sirvan como punto de partida y guía de apoyo para perfeccionar sus procesos de evaluación en estas materias.

Le agradecemos cualquier comentario que tenga respecto del presente instrumento, que nos permita perfeccionarlo en ediciones futuras.

Javier Cox I.
Presidente
Acción Empresarial

¿Quiere conocer cuál es el desempeño de su empresa en comparación con otras compañías?

Su empresa podrá comparar su desempeño y grado de desarrollo de estas materias con respecto a otras compañías. Para ello, **Acción Empresarial** desarrollará parámetros comparativos del conjunto de empresas que deseen comparar sus resultados del benchmark respectivo (promedios y dispersión de resultados) separados por áreas y secciones.

Acción Empresarial asegura un tratamiento estrictamente confidencial de los datos por empresa. En la presentación estadística de las informaciones, las empresas no son identificadas. Una eventual divulgación de experiencias y prácticas ejemplares, solo será realizada previa consulta y autorización.

Si su empresa desea obtener datos comparativos con otras compañías, por favor siga las instrucciones contenidas en la sección "Análisis de Resultados Individuales" y envíenos todos sus resultados.

Estamos a su disposición para cualquier consulta:
info@accionempresarial.cl
Fono: 56-2-2345141
Encomenderos 231, Of. 601. Las Condes, Santiago. Chile

Instrucciones
para responder el cuestionario

Cada cuestionario debe corresponder a una empresa. Se recomienda que su compañía nombre a un coordinador que facilite y guíe el proceso de aplicación del cuestionario. Para responder este cuestionario, debe considerar que el proceso tomará tiempo (varios días) y requerirá de la cooperación de distintas personas en su empresa.

Le pedimos su cooperación al responder. La información que Ud. proporcione sólo le será útil si representa su opinión **FRANCA Y SINCERA**.

En este cuestionario se presentan una lista de descripciones sobre diferentes áreas y aspectos de una organización. Usted debe evaluar el grado en que las descripciones son verdaderas o falsas según la entidad en la que usted trabaja.

Marque un **1** si usted está **MUY EN DESACUERDO** con la afirmación que describe lo que ocurre en su organización.

Marque **números intermedios** para expresar **grados relativos** de acuerdo o desacuerdo con la afirmación relativa a su organización.

Marque un **6** si usted está **MUY DE ACUERDO** con lo descrito en la afirmación, siempre pensando en su organización.

También tendrá la posibilidad de elegir una séptima alternativa con la opción «No se aplica», si es que usted considera que la descripción no se relaciona con su empresa.

Además de este tipo de preguntas, en el cuestionario también encontrará:

Sección Indicadores Numéricos: Al finalizar la tabla de algunas secciones, se piden indicadores numéricos relacionados con datos generados en la empresa durante el periodo operacional de años anteriores. En caso que la empresa no produzca esos datos, y si su compañía quiere comparar sus resultados con otras, le agradeceremos indicarlo y prepararse para presentar los datos el próximo año.

AGRADECEMOS SU COOPERACIÓN

Acción Empresarial

Acción Empresarial es una organización sin fines de lucro que surge del sector empresarial para promover la responsabilidad social de las compañías que operan en el país.

Nuestra Misión:

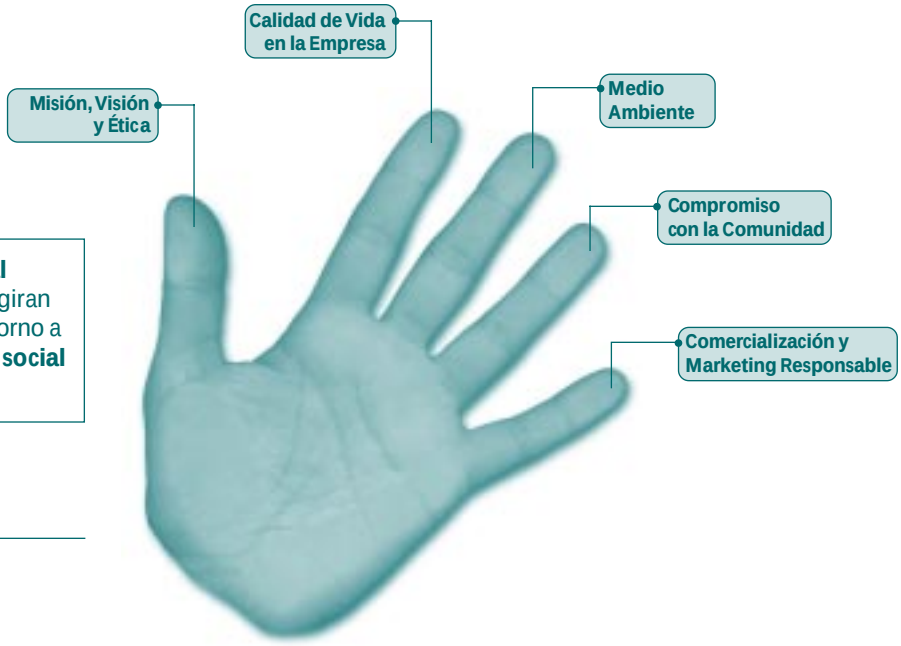
Promover la Responsabilidad Social Empresarial, entendida como una visión de negocios que integra el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente.

Acción Empresarial promueve las buenas prácticas empresariales y el intercambio de experiencias en materia de **responsabilidad social corporativa.**

La iniciativa opera sobre la base de la membresía de empresas. Las compañías socias de **Acción Empresarial** acceden a información práctica, investigaciones, talleres de entrenamiento, intercambio de experiencias y actividades de difusión. Asímismo pasan a formar parte de Foro EMPRESA, network internacional de compañías comprometidas con la responsabilidad social en las Américas de la cual **Acción Empresarial** es miembro activo. Hasta el momento, Foro EMPRESA, reúne a más de 2.200 compañías en la región (USA, México, Brasil, Chile, El Salvador, Perú, Panamá, entre otros).

La organización surge en mayo de 2000, como iniciativa del sector privado chileno y, desde sus orígenes, ha sido impulsada por *Business for Social Responsibility* (BSR-USA) y Fundación Generación Empresarial, y cuenta con el patrocinio de la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC).

Acción Empresarial aborda 5 áreas que giran exclusivamente entorno a la **responsabilidad social corporativa**:



Acción Empresarial desarrolla actividades dirigidas tanto a sus empresas socias como al mundo empresarial en general.

- **INFORMACIÓN:** Sobre casos nacionales e internacionales, últimos desarrollos y noticias respecto de responsabilidad social empresarial. A través del Website se entrega información para apoyar a los ejecutivos a implementar prácticas de responsabilidad social. Lo que se complementa con la circulación de un Newsletter quincenal y la asistencia de caso a caso.
- **HERRAMIENTAS:** Que faciliten a la empresa implementar acciones socialmente responsables.
- **INVESTIGACIÓN:** Sobre el impacto de acciones de responsabilidad social corporativa, y acceso a un banco de casos nacionales e internacionales.
- **PROMOCIÓN:** Dirigida al mundo empresarial y a la opinión pública, a través de múltiples actividades.
- **FORMACIÓN E INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS:** Talleres, charlas y conferencias, además del Seminario Anual sobre Responsabilidad Social Corporativa.
- **VINCULACIONES:** Relación permanente de las empresas en Chile con el resto de sus pares en el país y en la región, para aprendizaje, intercambio de experiencias y desarrollo de proyectos.

¿Por qué es importante para su empresa participar en ACCIÓN EMPRESARIAL?

- Porque su empresa no puede estar al margen de esta iniciativa que ha sido diseñada para convertirse en el referente empresarial en materia de responsabilidad social.
- Porque la experiencia nacional e internacional avalan el hecho de que la conducción socialmente responsable de una empresa, genera decisiones de negocios mejor informadas, construye fidelidad, enriquece la imagen corporativa y de marcas, y contribuye mediblemente a la rentabilidad corporativa de largo plazo.
- Porque crecientemente los clientes y la sociedad en general esperan, e incluso exigen, que las empresas jueguen un rol importante en el desarrollo y el aumento de la calidad de vida de sus trabajadores, de su comunidad y del país.
- Porque las empresas socias de **Acción Empresarial** reconocen que las políticas y prácticas corporativas socialmente responsables son un imperativo comercial importante; y las empresas líderes hacen de esta declaración una ventaja competitiva.

Participe en Acción Empresarial y forme parte del grupo de compañías líderes comprometidas con la responsabilidad social empresarial.

Contáctenos en el fono: (562) 234 51 41 e-mail: info@accionempresarial.cl

o visite nuestro website www.accionempresarial.cl

A la fecha Acción Empresarial está compuesto por:

Socios Fundadores: Asociación Chilena de Seguridad • Banco Santander • Bellsouth • Caja de Compensación de los Andes • Codigas • Córpora Tres Montes • Deutsche Bank • Empresas CMPC • Empresas Interamericana • Masisa • Mutual de Seguridad • Shell • Xerox • Zegers DDB

Empresas Asociadas: AES-Gener • Bank Boston • Chiletabacos • Coca-Cola Chile • Colbún • Compaq • DBM • D&S • McDonald's • Merck Sharp and Dohme • People & Partners • Pimasa • Principal • Procter & Gamble • Sonda • Unisys • Walt Disney

1.1 DESARROLLO DE PRINCIPIOS ÉTICOS

En esta empresa, el código de ética (principios y valores):

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Existe de manera informal	1	2	3	4	5	6	☐
2	Se encuentra por escrito	1	2	3	4	5	6	☐
3	Fue elaborado con la participación del personal, socios y/o comunidad	1	2	3	4	5	6	☐
4	Es revisado periódicamente	1	2	3	4	5	6	☐
5	Orienta la relación con el personal	1	2	3	4	5	6	☐
6	Orienta la relación con los proveedores	1	2	3	4	5	6	☐
7	Orienta la relación con los consumidores	1	2	3	4	5	6	☐
8	Orienta la relación con la comunidad	1	2	3	4	5	6	☐
9	Orienta la relación con el gobierno	1	2	3	4	5	6	☐
10	Orienta la relación con los accionistas minoritarios	1	2	3	4	5	6	☐
11	Se incorpora en la evaluación del personal mediante preguntas específicas que miden el grado en que las conductas se ajustan a los principios y valores de la empresa	1	2	3	4	5	6	☐
12	Define un compromiso de transparencia y veracidad de la información ofrecida a todos los colaboradores	1	2	3	4	5	6	☐
13	Prohibe expresamente prácticas corruptas para la obtención de ventajas comerciales (por ejemplo coimas, presiones ilegítimas y extorsión)	1	2	3	4	5	6	☐
14	Es explícito en promover y defender la competencia leal	1	2	3	4	5	6	☐

1.2 DIFUSIÓN DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS EN LA EMPRESA

Su empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Transmite sus principios éticos esporádicamente o en momentos específicos como la contratación de personal o procesos de auditoría	1	2	3	4	5	6	☐
2	Orienta y educa regularmente a su personal en relación a sus principios éticos	1	2	3	4	5	6	☐
3	Posee procesos de educación y difusión de los principios éticos para los colaboradores externos de la empresa	1	2	3	4	5	6	☐
4	Incorpora en la evaluación y supervisión de los principios éticos a ejecutivos y empleados	1	2	3	4	5	6	☐
5	Posee directivos que emprenden acciones concretas para difundir los principios éticos	1	2	3	4	5	6	☐
6	Cuenta con comités o consejos de gestión para aspectos éticos	1	2	3	4	5	6	☐
7	Registra las acciones y programas efectuados en el área de la responsabilidad social	1	2	3	4	5	6	☐

1.3 PRÁCTICA DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS CON LA COMPETENCIA

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Respeta la legislación referente a prácticas de precio y competencia	1	2	3	4	5	6	☐
2	Discute internamente la postura de la organización frente a la competencia y busca un posicionamiento leal	1	2	3	4	5	6	☐
3	Discute su postura, con los proveedores y clientes, sobre los temas relacionados a la competencia leal	1	2	3	4	5	6	☐
4	Participa en asociaciones gremiales para la discusión de aspectos de competencia leal	1	2	3	4	5	6	☐
5	Ha sido denunciada y/o procesada por la Comisión Antimonopolio en relación a prácticas de competencia desleal	1	2	3	4	5	6	☐

1.4 PRÁCTICA DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS CON PROVEEDORES

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Posee normas de uso interno para evaluar y seleccionar proveedores en base a factores de calidad, precio y plazo de entrega	1	2	3	4	5	6	☐
2	Exige a sus proveedores el cumplimiento de la legislación laboral y previsional	1	2	3	4	5	6	☐
3	Posee normas relativas al cumplimiento de la legislación comercial con sus proveedores	1	2	3	4	5	6	☐
4	Exige a sus proveedores el cumplimiento de la legislación que prohibe el trabajo infantil	1	2	3	4	5	6	☐
5	Exige a sus proveedores igualdad de oportunidades en sus procesos de selección, promoción y compensación	1	2	3	4	5	6	☐
6	Establece un plazo formal para que sus criterios de responsabilidad social sean cumplidos por sus proveedores	1	2	3	4	5	6	☐
7	Contribuye a mejorar el modelo de gestión de sus proveedores	1	2	3	4	5	6	☐
8	Utiliza criterios de negociación que permiten el crecimiento futuro de sus proveedores	1	2	3	4	5	6	☐
9	Incluye entre sus proveedores grupos comunitarios locales (tales como cooperativas, asociaciones vecinales y proyectos de ayuda para desempleados)	1	2	3	4	5	6	☐

Informaciones adicionales

Porcentaje del total de proveedores que recibieron visita de inspección por las prácticas de responsabilidad social:	1998	1999	2000

1.5 PRÁCTICA DE PRINCIPIOS ÉTICOS CON PERSONAL SUBCONTRATADO

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Cumple con las obligaciones legales en relación al personal subcontratado	1	2	3	4	5	6	☐
2	Exige a sus subcontratistas que garanticen el correcto cumplimiento de la legislación laboral al interior de sus empresas	1	2	3	4	5	6	☐
3	Ofrece al personal subcontratado beneficios básicos gozados por su personal regular, como transporte y alimentación	1	2	3	4	5	6	☐
4	Integra al personal subcontratado en sus programas de capacitación y desarrollo profesional	1	2	3	4	5	6	☐

1.6 PRÁCTICA DE PRINCIPIOS ÉTICOS CON EL GOBIERNO

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Evita situaciones que impliquen privilegiar funcionarios públicos	1	2	3	4	5	6	☐
2	Posee procedimientos específicos de control y sanción de prácticas corruptas y coimas	1	2	3	4	5	6	☐
3	Difunde una postura reconocida por el personal en cuanto a la prohibición de privilegios hacia funcionarios públicos	1	2	3	4	5	6	☐
4	Posee normas escritas y ampliamente difundidas en su interior sobre el tema	1	2	3	4	5	6	☐
5	Mantiene procedimientos formales de control, sanción y auditoria de estas prácticas	1	2	3	4	5	6	☐
6	Difunde el cumplimiento de las normas éticas en conjunto con los organismos públicos	1	2	3	4	5	6	☐
7	Exige la denuncia a las autoridades superiores de toda oferta deshonesta recibida	1	2	3	4	5	6	☐
8	Fue mencionada alguna vez en la prensa por sospecha de participación en algún incidente de corrupción y coima a funcionarios públicos	1	2	3	4	5	6	☐

1 ESPACIO RESERVADO PARA SUGERENCIAS Y COMENTARIOS SOBRE LOS INDICADORES DE LOS TEMAS

Proposiciones de acción que hayan surgido al responder las preguntas de esta sección:

Otros comentarios:

2.1 VALORIZACIÓN Y RESPETO DE LA DIVERSIDAD

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Posee normas escritas que prohíben y sancionan prácticas discriminatorias (sexo, edad, raza, discapacitados, ex presidiarios, etc.) en los procesos de admisión y promoción interna	1	2	3	4	5	6	☐
2	Capacita a su personal sobre el respeto a la diversidad	1	2	3	4	5	6	☐
3	Usa indicadores para identificar problemas de discriminación	1	2	3	4	5	6	☐
4	Establece estrategias de reclutamiento que apoyan la diversidad	1	2	3	4	5	6	☐
5	Apoya proyectos que mejoran la oferta de profesionales calificados provenientes de grupos usualmente discriminados en el mercado de trabajo	1	2	3	4	5	6	☐
6	Mantiene un programa especial para contratación de portadores de discapacidad física y mental	1	2	3	4	5	6	☐
7	Ofrece oportunidad de trabajo para ex presidiarios	1	2	3	4	5	6	☐
8	Existe una política preferencial para la contratación de personal mayor de 45 años o desempleados por más de 2 años	1	2	3	4	5	6	☐
9	Posee normas que combaten situaciones de acoso sexual	1	2	3	4	5	6	☐
10	No discrimina en sus procesos de selección a candidatas mujeres que tienen antecedentes profesionales similares a aquellos que presentan los postulantes de sexo masculino	1	2	3	4	5	6	☐
11	Cumple con todas las disposiciones que establece la ley en relación a situaciones de embarazo y cuidado de los hijos durante sus primeros meses de vida	1	2	3	4	5	6	☐
12	Ofrece jornadas de trabajo flexible para el personal que requiera compatibilizar el trabajo con el cuidado de sus hijos	1	2	3	4	5	6	☐
13	Cumple con todas las exigencias legales de proveer de servicios de sala cuna al personal que lo requiera	1	2	3	4	5	6	☐
14	Otorga beneficios adicionales a los ya exigidos por la ley que facilitan la protección y cuidado de las mujeres empleadas en situación de embarazo	1	2	3	4	5	6	☐
15	Otorga beneficios adicionales a los ya exigidos por la ley que facilitan la protección, cuidado y educación de los hijos de sus empleados	1	2	3	4	5	6	☐
16	Respeta la legislación nacional en relación a la contratación y trabajo de menores (autorizaciones, horas de trabajo, obligaciones escolares, etc)	1	2	3	4	5	6	☐

Informaciones Adicionales

	1998	1999	2000
Porcentaje de mujeres con relación al total del personal:			
Porcentaje de mujeres en cargos de gerencia con relación al total de cargos de gerencia:			
Porcentaje de colaboradores con edad superior a 45 años con relación al número total del personal:			
Porcentaje de trabajadores con alguna discapacidad física / mental con relación al total del personal:			
Salarios medios mensuales en cargos de gerencia de mujeres:			
Salarios medios mensuales en cargos de gerencia de hombres:			

2 CALIDAD DE VIDA LABORAL

2.2 PARTICIPACIÓN DE LOS EMPLEADOS EN LA GESTIÓN DE LA EMPRESA

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Estimula y recompensa a los empleados que presenten sugerencias para mejorar los procesos internos	1	2	3	4	5	6	
2	Pone a disposición de los empleados informaciones económicas y financieras	1	2	3	4	5	6	
3	Capacita a sus empleados para que puedan comprender y analizar tales informaciones	1	2	3	4	5	6	
4	Considera la participación de representantes de los empleados en comités encargados de la formulación de su estrategia	1	2	3	4	5	6	

2.3 RELACIONES CON GRUPOS DE TRABAJADORES ORGANIZADOS Y SINDICATOS

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Posee una directiva que considera la existencia de grupos de trabajadores organizados y/o sindicatos perjudicial para su desempeño	1	2	3	4	5	6	☐
2	Permite la libertad de acción de grupos de trabajadores organizados y/o sindicatos al interior del local de trabajo	1	2	3	4	5	6	☐
3	Provee a grupos de trabajadores organizados y/o sindicatos de información sobre las condiciones de trabajo	1	2	3	4	5	6	☐
4	La directiva se reúne periódicamente con grupos de trabajadores organizados y/o sindicatos para oír sugerencias y negociar	1	2	3	4	5	6	☐
5	Provee a grupos de trabajadores organizados y/o sindicatos datos financieros y relacionados a los objetivos estratégicos, cuando estos afectan a los empleados	1	2	3	4	5	6	☐
6	Se retroalimenta de información obtenida a través de grupos de trabajadores organizados y/o sindicatos, para la toma de decisiones gerencial	1	2	3	4	5	6	☐

Informaciones adicionales

Número de huelgas y paralizaciones ocurridas en la empresa:	1998	1999	2000

2.4 DISTRIBUCIÓN DE LOS BENEFICIOS DE LA EMPRESA

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Posee un programa de participación en los resultados, y/o bonificación a nivel *individual*, relacionada al desempeño	1	2	3	4	5	6	☐
2	Posee un programa de participación en los resultados y/o bonificación a nivel *colectivo*, relacionada al desempeño	1	2	3	4	5	6	☐
3	Se evalúa y premia el desempeño individual y colectivo con criterios y procedimientos objetivos	1	2	3	4	5	6	☐
4	Los empleados participan en la composición accionaria de la empresa	1	2	3	4	5	6	☐

Informaciones Adicionales

	1998	1999	2000
Porcentaje de los valores distribuidos en relación con la masa salarial:			
Porcentaje de empleados beneficiados:			
Porcentaje de las acciones de la empresa en poder de los funcionarios:			

2.5 DESARROLLO PROFESIONAL Y EMPLEABILIDAD

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Promueve actividades de capacitación enfocadas al desempeño de tareas específicas	1	2	3	4	5	6	☐
2	Mantiene actividades sistemáticas de desarrollo y capacitación, que fomentan un perfeccionamiento continuo de su personal	1	2	3	4	5	6	☐
3	Ofrece al personal , sin distinción, becas de estudio para la adquisición de conocimientos más universales y con impacto positivo en su empleabilidad	1	2	3	4	5	6	☐
4	Destina recursos para el desarrollo de programas que erradiquen el analfabetismo entre sus empleados	1	2	3	4	5	6	☐
5	Hace uso en forma regular de la franquicia tributaria que otorga el SENCE a los programas de capacitación	1	2	3	4	5	6	☐
6	Mantiene un programa de educación básica y/o media	1	2	3	4	5	6	☐
7	Premia la iniciativa individual de sus empleados	1	2	3	4	5	6	☐
8	Cuenta con programas de desarrollo de habilidades y conocimientos para sus empleados	1	2	3	4	5	6	☐
9	Cuenta con programas de desarrollo de carrera para su empleados	1	2	3	4	5	6	☐
10	Otorga incentivos monetarios y/o programa de reconocimiento para aquellos empleados con un desempeño sobresaliente	1	2	3	4	5	6	☐
11	Premia el desarrollo de habilidades de sus empleados a través de aumentos de remuneración, reconocimiento y/o promociones	1	2	3	4	5	6	☐

Informaciones Adicionales

	1998	1999	2000
Porcentaje de analfabetos en la fuerza de trabajo:			
Cantidad de horas de desarrollo profesional por empleado /año:			
Porcentaje de facturación bruta en gasto por desarrollo profesional y educación:			

2.6 CUIDADO DE LA SALUD, SEGURIDAD Y CONDICIONES DE TRABAJO

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Cumple con las obligaciones legales que aseguran buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad	1	2	3	4	5	6	☐
2	Busca alcanzar o sobrepasar modelos de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector	1	2	3	4	5	6	☐
3	Realiza investigaciones de clima organizacional para medir nivel de satisfacción e identificar áreas que requieren atención	1	2	3	4	5	6	☐
4	Desarrolla políticas que faciliten el equilibrio trabajo-familia entre sus empleados	1	2	3	4	5	6	☐
5	Monitorea la carga de trabajo de sus empleados con el objetivo de mejorar su distribución	1	2	3	4	5	6	☐
6	Procura la participación del personal en la definición de las metas e indicadores de desempeño relacionados a las condiciones del trabajo, salud y seguridad	1	2	3	4	5	6	☐
7	Difunde entre los empleados las metas e indicadores de desempeño relacionados a las condiciones del trabajo, salud y seguridad	1	2	3	4	5	6	☐
8	Ofrece programas de prevención y tratamiento para dependencia de drogas y alcohol	1	2	3	4	5	6	☐
9	Promueve ejercicios físicos en el horario de trabajo	1	2	3	4	5	6	☐
10	Utiliza sistemas de trabajo flexible para acomodarse a las diversas necesidades de su personal (jornada parcial, teletrabajo, etcétera)	1	2	3	4	5	6	☐
11	Utiliza sistemas flexibles de beneficios para acomodarse a las diversas necesidades de su personal (diversidad de estado civil, con/sin hijos, jóvenes/ancianos, hombres/mujeres, etcétera)	1	2	3	4	5	6	☐
12	Posee un plan de salud familiar para sus empleados	1	2	3	4	5	6	☐

Informaciones Adicionales

	1998	1999	2000
Media anual de accidentes del trabajo por empleados:			
Porcentaje de los accidentes resultantes del distanciamiento temporal del (los) empleado (s) / prestador (es) de servicio:			
Porcentaje de los accidentes que resultaron en mutilación u otros daños a la Integridad física del (los) empleado (s) / prestador (es) de servicio, con distanciamiento permanente del cargo:			
Porcentaje de los accidentes que resultaron en muerte del (los) empleado (s) prestador (es) de servicio:			

2.7 JUBILACIÓN Y DESPIDOS

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Orienta a su personal sobre los procedimientos administrativos necesarios para la obtención de la jubilación	1	2	3	4	5	6	
2	Prepara a sus empleados para la jubilación, incluyendo sus aspectos psicológicos y de planificación financiera	1	2	3	4	5	6	
3	Promueve actividades que permitan aprovechar la capacidad de trabajo de los jubilados en proyectos sociales de la comunidad	1	2	3	4	5	6	
4	Mantiene un programa de previsión complementaria para la jubilación	1	2	3	4	5	6	
5	Frente a la necesidad de reducir costos de personal, busca evitar despidos, y cuando lo hace, se limita a lo estrictamente necesario	1	2	3	4	5	6	
6	Ante la obligación de reducir costos de personal, se inician consultas con representantes de los trabajadores	1	2	3	4	5	6	
7	Analiza y discute alternativas de mantención y reducción de gastos con los empleados	1	2	3	4	5	6	
8	Ofrece programas de despido voluntario	1	2	3	4	5	6	
9	Establece indicadores socioeconómicos, como edad, estado civil, o cargas, para orientar la definición de prioridades al despedir	1	2	3	4	5	6	
10	Ofrece adicionalmente servicios de apoyo, re-colocación y/o re-capacitación y extensión de beneficios a todos los trabajadores despedidos	1	2	3	4	5	6	

Informaciones Adicionales

	1998	1999	2000
Número de empleados al final del período:			
Número total de admisiones en el período:			
Número total de despidos en el período:			
Porcentaje de despedidos con edad sobre 45 años con relación al número total de despedidos:			
Porcentaje de reclamos en la Inspección del Trabajo por el total de despedidos en el período:			

2 ESPACIO RESERVADO PARA SUGERENCIAS Y COMENTARIOS SOBRE LOS INDICADORES DE LOS TEMAS

Proposiciones de acción que hayan surgido al responder las preguntas de esta sección:

Otros comentarios:

3.1 EL IMPACTO EN EL MEDIO AMBIENTE

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Efectúa acción preventiva en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y seguridad de su personal	1	2	3	4	5	6	☐
2	Realiza estudios de impacto ambiental según las exigencias de la legislación	1	2	3	4	5	6	☐
3	Realiza regularmente control y monitoreo del impacto ambiental causado por sus actividades / servicios desarrollados	1	2	3	4	5	6	☐
4	Efectúa análisis de impacto de todos sus procesos, independientemente de la obligación legal	1	2	3	4	5	6	☐
5	Tiene sus procesos de gestión ambiental estandarizados y formalizados, incluyendo el establecimiento de metas, plan de acción, asignación de recursos y auditoria	1	2	3	4	5	6	☐
6	Cumple íntegramente con la Ley 19.300 (Ley de Bases Generales del Medio Ambiente)	1	2	3	4	5	6	☐
7	Capacita a su personal regularmente sobre el tema medio ambiental	1	2	3	4	5	6	☐
8	Considera la sustentación ambiental en el desarrollo de nuevos negocios	1	2	3	4	5	6	☐
9	Participa de comités / consejos locales o regionales para discutir el aspecto ambiental junto al gobierno y a la comunidad	1	2	3	4	5	6	☐

Informaciones adicionales

Cantidad media de incidentes y/o notificaciones por violaciones a las normas de protección ambiental en:

	1998	1999	2000
Baja gravedad			
Mediana gravedad			
Alta gravedad			

3.2 RESPONSABILIDAD AMBIENTAL A TRAVÉS DEL CICLO PRODUCTIVO

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Utiliza criterios ambientales en la selección de proveedores	1	2	3	4	5	6	☐
2	Posee prácticas de mejoría ambiental en las fases de destinación final de los productos o servicios y post consumo	1	2	3	4	5	6	☐
3	Desarrolla un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo	1	2	3	4	5	6	☐
4	Entrega a sus consumidores información detallada sobre daños ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos o servicios	1	2	3	4	5	6	☐
5	Controla la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a su servicio	1	2	3	4	5	6	☐
6	Posee un plan de emergencia ambiental en relación a todas las actividades o servicios que contienen situaciones de riesgo	1	2	3	4	5	6	☐
7	Tiene comités o áreas responsables para la ejecución de las acciones ambientales	1	2	3	4	5	6	☐

3.3 CUIDADOS EN LA INCORPORACIÓN DE INSUMOS Y TRATAMIENTO DE DESECHOS

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Busca dentro de su tecnología actual, reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas	1	2	3	4	5	6	☐
2	Implementa procesos de destinación adecuada de sus residuos	1	2	3	4	5	6	☐
3	Busca reducir el consumo de materias primas cuya extracción, elaboración, o uso generen daño ambiental	1	2	3	4	5	6	☐
4	Ha invertido en tecnología, para reducir y sustituir insumos cuya extracción o uso generen daño ambiental	1	2	3	4	5	6	☐
5	Mide, monitorea y auditorea los aspectos ambientales relacionados con el consumo de recursos naturales y la producción de residuos y desechos	1	2	3	4	5	6	☐
6	Utiliza estrategias de reciclaje y compensación ambiental para alcanzar un alto nivel de sustentabilidad y/o provocar impacto ambiental cero	1	2	3	4	5	6	☐
7	En sus actividades, servicios y/o producto, libera en la atmósfera gases nocivos a la capa de ozono tales como CFC	1	2	3	4	5	6	☐

Informaciones Adicionales

	1998	1999	2000
Total invertido en programas y proyectos de mejoría ambiental ($):			
Porcentaje de facturación bruta gastado en programas y proyectos de mejoría ambiental:			
Volumen medio anual de CO_2 y otros gases efecto estufa, emitidos en la atmósfera (ton):			
Cantidad anual generada de residuos sólidos (basura, restos de materiales, etc.) (ton):			

3.4 EDUCACIÓN AMBIENTAL

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Desarrolla capacitación para el personal sobre temas ambientales, con el objeto de reforzar su conciencia ecológica	1	2	3	4	5	6	☐
2	Desarrolla campañas de educación ambiental a familiares de su personal y a la comunidad inmediata a la empresa	1	2	3	4	5	6	☐
3	Apoya o participa en proyectos educacionales en asociación con organizaciones ambientalistas	1	2	3	4	5	6	☐
4	Ejerce liderazgo social en favor de la causa ambiental	1	2	3	4	5	6	☐
5	Publica un informe de sus actividades relacionadas con su desempeño ambiental	1	2	3	4	5	6	☐

3 ESPACIO RESERVADO PARA SUGERENCIAS Y COMENTARIOS SOBRE LOS INDICADORES DE LOS TEMAS

Proposiciones de acción que hayan surgido al responder las preguntas de esta sección:

Otros comentarios:

4.1 GESTIÓN DEL IMPACTO DE LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA EN LA COMUNIDAD

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Conoce en profundidad el impacto de sus actividades en la vida de la comunidad donde opera	1	2	3	4	5	6	☐
2	Registra quejas y reclamos provenientes de la comunidad	1	2	3	4	5	6	☐
3	Ha recibido reclamos (peticiones, listado de firmas, protestas) realizados por la comunidad debido a exceso de basura, producción de malos olores, ruidos, interferencia en sistemas de comunicación u otras formas de contaminación	1	2	3	4	5	6	☐
4	Toma medidas correctivas en respuesta a reclamos sobre el impacto de sus actividades en la comunidad	1	2	3	4	5	6	☐
5	Involucra a la comunidad en las soluciones a los problemas originados por las actividades de la empresa	1	2	3	4	5	6	☐
6	Tiene reuniones sistemáticas para informar a líderes locales sobre las medidas tomadas en relación a quejas y reclamos	1	2	3	4	5	6	☐
7	Mantiene comités o grupos de trabajo, en co-participación con líderes locales, para el análisis de sus procesos productivos y monitoreo de impactos	1	2	3	4	5	6	☐
8	Participa activamente junto con otras empresas en la discusión y la búsqueda de soluciones a los problemas comunitarios	1	2	3	4	5	6	☐
9	Toma acciones preventivas anticipándose a posibles impactos que sus actividades puedan tener sobre la comunidad	1	2	3	4	5	6	☐

4.2 RELACIONES CON ORGANIZACIONES COMUNITARIAS PRESENTES EN SU ENTORNO (ONGS, COLEGIOS, CONSULTORIOS DE SALUD, ETC.)

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Conoce profundamente las actividades de las organizaciones comunitarias en los lugares que opera	1	2	3	4	5	6	☐
2	Responde puntualmente a pedidos de apoyo de organizaciones comunitarias	1	2	3	4	5	6	☐
3	Invierte en proyectos específicos de organizaciones comunitarias	1	2	3	4	5	6	☐
4	Apoya entidades a través de donaciones y financiamiento de proyectos	1	2	3	4	5	6	☐
5	Desarrolla proyectos propios que benefician la comunidad local	1	2	3	4	5	6	☐
6	Participa en actividades conjuntas con entidades locales (por ejemplo, sociedades y proyectos)	1	2	3	4	5	6	☐
7	Realiza campañas educacionales y/o de interés público en la comunidad, por ejemplo, contra la droga	1	2	3	4	5	6	☐

4.3 MECANISMOS DE APOYO A PROYECTOS SOCIALES

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Hace donaciones de servicios, productos y recursos financieros	1	2	3	4	5	6	☐
2	Cuenta con un programa social estructurado, con asignación de presupuesto estable, que es conocido por el personal	1	2	3	4	5	6	☐
3	Ha formado programas sociales (instituto o fundación) que cuentan con mecanismos de generación de fondos propios, y/o fondo patrimonial y/o un porcentaje fijo sobre la facturación, que aseguran su continuidad en el largo plazo	1	2	3	4	5	6	☐
4	Facilita recursos no financieros (espacios, equipamientos, tecnologías, capacidades técnicas y directivas de sus funcionarios y colaboradores) necesarios para el desarrollo de proyectos y actividades de la comunidad	1	2	3	4	5	6	☐
5	Hace uso de los incentivos fiscales para actividades relacionadas a la cultura y al área social	1	2	3	4	5	6	☐
6	Maximiza el impacto social de sus recursos, realizando proyectos conjuntos con otras empresas o a través de asociaciones empresariales	1	2	3	4	5	6	☐
7	Desarrolla su planificación estratégica, a través de procesos formales, en donde se incluyen sus acciones sociales	1	2	3	4	5	6	☐

Informaciones Adicionales

	1998	1999	2000
Porcentaje de la facturación bruta destinada a la totalidad de sus acciones sociales (no incluye beneficios laborales):			
Del total destinado al área social, porcentaje correspondiente a las donaciones en productos y servicios:			
De total destinado al área social, porcentaje correspondiente a donaciones en valores:			
Del total destinado al área social, porcentaje correspondiente a inversiones:			

4.4 ESTRATEGIAS Y CRITERIOS DE ACCIÓN EN INVERSIONES SOCIALES

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Considera el valor solicitado, la credibilidad y reputación del beneficiario	1	2	3	4	5	6	☐
2	Ha formalizado sus procesos de control y seguimiento de estas inversiones	1	2	3	4	5	6	☐
3	Evalúa el impacto social de sus inversiones y proyectos sociales con feedback o participación de los beneficiados	1	2	3	4	5	6	☐
4	Controla que la organización beneficiada entregue la mejor calidad de atención asistencial a sus usuarios	1	2	3	4	5	6	☐
5	Difunde experiencias exitosas en el área de acción social que patrocinan	1	2	3	4	5	6	☐
6	Estimula la formación de redes de acción social	1	2	3	4	5	6	☐
7	Contribuye para el fortalecimiento de políticas públicas de acción social	1	2	3	4	5	6	☐
8	Emplea sistemas de aprendizaje con el objetivo de perfeccionar continuamente sus acciones sociales	1	2	3	4	5	6	☐
9	Emplea especialistas, o utiliza consultores, en la planificación y evaluación de sus actividades en el área social	1	2	3	4	5	6	☐

4.5 APOYO AL TRABAJO VOLUNTARIO DEL PERSONAL

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Conoce las iniciativas de trabajo voluntario de su personal	1	2	3	4	5	6	☐
2	Valoriza las actividades voluntarias desarrolladas por sus empleados a través de acciones como carta personal del presidente, comunicación a través de informativos o destaque en eventos de la empresa	1	2	3	4	5	6	☐
3	Mantiene un servicio de apoyo al voluntariado, informando sobre las oportunidades disponibles en la comunidad y facilitando aspectos logísticos y financieros	1	2	3	4	5	6	☐
4	Ofrece y estimula oportunidades de trabajo de voluntariado para sus funcionarios en los proyectos sociales que desarrolla y apoya	1	2	3	4	5	6	☐
5	Posee mecanismos para estimular a su personal a hacer donaciones	1	2	3	4	5	6	☐
6	Posee miembros de diferentes niveles jerárquicos participando en trabajos voluntarios	1	2	3	4	5	6	☐
7	Usa las oportunidades de trabajo voluntario para desarrollar capacidades útiles a la carrera profesional de sus empleados	1	2	3	4	5	6	☐

Informaciones Adicionales

	1998	1999	2000
Porcentaje de empleados que realizan trabajo voluntario en la comunidad:			
Cantidad de horas medias mensuales donadas (libres del horario normal de trabajo) por la empresa por voluntario:			

4.6 LIDERAZGO E INFLUENCIA SOCIAL

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados a temas de interés público y responsabilidad social	1	2	3	4	5	6	☐
2	Contribuye con recursos humanos o financieros, en procesos de elaboración de propuestas de interés público y carácter social	1	2	3	4	5	6	☐
3	Posee una directiva que participa en la elaboración de propuestas de carácter social que luego son comunicadas a las autoridades de gobierno con el objetivo de su adopción	1	2	3	4	5	6	☐
4	Patrocina o realiza campañas de comunicación exclusivamente relacionadas con aspectos de interés público (Ejemplos: Campañas contra la droga, piensa positivo, etc.)	1	2	3	4	5	6	☐
5	Patrocina o realiza estudios o investigaciones relacionados a temas sociales	1	2	3	4	5	6	☐

Informaciones Adicionales

Número de artículos publicados y/o entrevistas realizadas por ejecutivos de la empresa sobre temas sociales:	1998	1999	2000

4.7 PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS SOCIALES DEL GOBIERNO

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Cumple con su obligación en el pago de impuestos	1	2	3	4	5	6	☐
2	Contribuye con recursos humanos, técnicos o financieros para la realización de proyectos específicos y localizados, ejecutados por el gobierno	1	2	3	4	5	6	☐
3	Apoya financieramente programas y proyectos del sector público, en respuesta a solicitudes de las autoridades	1	2	3	4	5	6	☐
4	Participa y/o apoya la elaboración, perfeccionamiento y ejecución de políticas gubernamentales de ayuda social	1	2	3	4	5	6	☐
5	Adopta o desarrolla asociaciones con escuelas públicas, con el objetivo de mejorar la calidad de la enseñanza	1	2	3	4	5	6	☐
6	Patrocina programas públicos o privados de becas de estudio	1	2	3	4	5	6	☐

Informaciones Adicionales

Del total destinado al área social, que porcentaje corresponde a inversiones sociales gastadas en asociaciones con el sector público:

1998	1999	2000

4 ESPACIO RESERVADO PARA SUGERENCIAS Y COMENTARIOS SOBRE LOS INDICADORES DE LOS TEMAS

Proposiciones de acción que hayan surgido al responder las preguntas de esta sección:

Otros comentarios:

5.1 DIAGNÓSTICO Y SOLUCIÓN DE LOS DAÑOS POTENCIALES DE SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Realiza estudios e investigaciones técnicas	1	2	3	4	5	6	☐
2	Divulga los resultados de este tipo de investigación a sus socios comerciales	1	2	3	4	5	6	☐
3	Adopta medidas preventivas o correctivas con agilidad	1	2	3	4	5	6	☐
4	Pone a disposición del público información de las investigaciones en relación a estos riesgos	1	2	3	4	5	6	☐
5	Capacita al personal interno y sus colaboradores externos para adoptar medidas preventivas y correctivas con agilidad y eficiencia	1	2	3	4	5	6	☐
6	Busca un continuo perfeccionamiento de sus productos y servicios, sustituyendo componentes, tecnologías y productos en la medida que surgen sustitutos eficientes, más seguros y que representen menor riesgo a la salud del consumidor	1	2	3	4	5	6	☐
7	Mantiene un programa especial para la mejora de productos, servicios y procesos	1	2	3	4	5	6	☐
8	Tiene sistemas de respuesta rápida a notificaciones ocurridas por daños al consumidor	1	2	3	4	5	6	☐
9	Capacita su área de Relaciones Públicas para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis	1	2	3	4	5	6	☐
10	Ha tenido productos retirados del mercado por presión de consumidores u organismos de defensa	1	2	3	4	5	6	☐
11	Comercializa en Chile o exporta servicios / productos prohibidos en otros países	1	2	3	4	5	6	☐

5.2 POLÍTICA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Posee estrategias de marketing enfocadas a obtener beneficios exclusivos para su empresa	1	2	3	4	5	6	☐
2	Posee estrategias de marketing enfocadas a obtener beneficios para la sociedad	1	2	3	4	5	6	☐
3	Promueve valores a través de su política de marketing y comunicación («cuando beba no conduzca», «piensa positivo», «maneje con cuidado»)	1	2	3	4	5	6	☐
4	Posee una política de comunicación **interna** alineada con los valores y principios de la empresa	1	2	3	4	5	6	☐
5	Posee una política de comunicación **externa** alineada con los valores y principios de la empresa	1	2	3	4	5	6	☐
6	Realiza campañas publicitarias que respetan la competencia leal, por ejemplo, sin plagio ni agresiones a los competidores	1	2	3	4	5	6	☐
7	Aclara a los consumidores los cuidados necesarios en el uso de sus productos y servicios	1	2	3	4	5	6	☐
8	Desarrolla asociaciones con sus proveedores, distribuidores y asistencia técnica, con el objeto de crear una cultura de responsabilidad social en las relaciones con consumidores	1	2	3	4	5	6	☐
9	Actualiza periódicamente materiales de comunicación destinados a los consumidores tales como marcas, embalajes, etiquetas, manuales de operaciones, instrucciones de uso, condiciones de garantía y piezas publicitarias	1	2	3	4	5	6	☐
10	Tiene una política formal contra la propaganda abusiva que coloque a niños, adolescentes, mujeres o minorías en situaciones inmorales, de riesgo o daño	1	2	3	4	5	6	☐
11	Realiza análisis previos de las campañas publicitarias para corroborar su concordancia con los valores éticos de la empresa	1	2	3	4	5	6	☐
12	Realiza análisis previos de las campañas publicitarias para corroborar su concordancia con la ley de protección de los derechos del consumidor (ley n° 19.496)	1	2	3	4	5	6	☐

Informaciones Adicionales

Con relación a la violación de la Ley de Protección de los Derechos del Consumidor (Ley N°19.496):

	1998	1999	2000
Cantidad de procesos administrativos (Servicio de Salud Metropolitano del Medio Ambiente (SESMA), Instituto de Salud Pública (ISP), Superintendencia de Servicios Sanitarios (SISS), etc):			

Especifique:

Cantidad de procesos judiciales (civiles y criminales) recibidos:

5 MARKETING RESPONSABLE

5.3 TÉCNICAS DE VENTA ÉTICAS Y RESPETO DE LA PRIVACIDAD DEL CONSUMIDOR

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Los directivos conocen las técnicas de venta que utiliza la organización	1	2	3	4	5	6	☐
2	Explicita formalmente en la declaración de principios, visión y / o misión la prohibición de prácticas de venta no éticas	1	2	3	4	5	6	☐
3	Realiza evaluaciones periódicas del personal de venta para asegurar que no se utilizan tácticas de venta deshonestas	1	2	3	4	5	6	☐
4	Realiza programas de capacitación sobre prácticas éticas de venta al personal de esa área	1	2	3	4	5	6	☐
5	Posee incentivos basados en la satisfacción del consumidor	1	2	3	4	5	6	☐
6	Utiliza la información, especialmente bases de datos, de manera ética sin invadir la privacidad individual	1	2	3	4	5	6	☐
7	Ha enfrentado reclamos por invasión a la privacidad personal o juicios por violar esta privacidad a través de sus procesos de venta	1	2	3	4	5	6	☐

5.4 EXCELENCIA EN LA ATENCIÓN AL CONSUMIDOR

Esta empresa:

		Muy en Desacuerdo	Desacuerdo Moderado	Leve Desacuerdo	Leve Acuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de Acuerdo	No se aplica
1	Posee una atención a sus clientes centrada en la información al consumidor y la solución de sus demandas individuales	1	2	3	4	5	6	☐
2	Registra los reclamos de sus consumidores o clientes	1	2	3	4	5	6	☐
3	Posee SAC (Servicio de Atención al Cliente)	1	2	3	4	5	6	☐
4	Resuelve en forma rápida las demandas de los consumidores	1	2	3	4	5	6	☐
5	Implementa políticas de mejoría de la calidad de los productos y servicios	1	2	3	4	5	6	☐
6	Considera pro activamente las necesidades de los clientes en el lanzamiento de productos y servicios	1	2	3	4	5	6	☐
7	Revisa pro-activamente los materiales de comunicación y divulgación en función de las necesidades de sus clientes	1	2	3	4	5	6	☐
8	Promueve la capacitación continua de sus profesionales de atención	1	2	3	4	5	6	☐
9	Se preocupa de que los directivos de la empresa estén involucrados directamente con los programas de atención al consumidor	1	2	3	4	5	6	☐

Informaciones Adicionales

	1998	1999	2000
Total de llamados atendidos por el SAC:			
Porcentaje de reclamos con relación al total de llamadas atendidas por el SAC:			
Porcentaje de reclamos no atendidos por el SAC:			
Tiempo medio de espera en el teléfono del SAC hasta el inicio de la atención:			
Cantidad de innovaciones implementadas en función del Ombudsman y/o servicio de atención al consumidor / cliente:			

5 ESPACIO RESERVADO PARA SUGERENCIAS Y COMENTARIOS SOBRE LOS INDICADORES DE LOS TEMAS

Proposiciones de acción que hayan surgido al responder las preguntas de esta sección:

Otros comentarios:

Análisis de resultados individuales

Para efectuar un análisis de los resultados individuales de su empresa, una vez contestada cada sección del Cuestionario, usted deberá sumar el puntaje total de esa sección y sacar un promedio para ésta, sin considerar aquellas preguntas donde usted contestó «No se aplica».

Usted podrá traspasar los promedios obtenidos en cada sección al Score Card que se presenta a continuación. En esta misma página usted podrá comparar los promedios de cada sección obtenidos en su empresa, con los promedios de cada sección obtenidos en el estudio de benchmarking, que posteriormente **Acción Empresarial** le entregará si usted ha decidido participar en él.

Finalmente podrá trasladar los promedios de cada área al pentágono de la página 46 y comparar visualmente sus fortalezas y debilidades por área, en relación a los resultados del estudio de benchmarking.

SCORE CARD DE BALANCE SOCIAL DE LA EMPRESA: RESULTADOS POR SECCIÓN

Ingrese a ésta página los promedios de cada sección. Luego calcule los promedios por área y traspáselos a la página 46. Además puede ingresar los resultados del benchmark, si éstos le han sido entregados.

		Su promedio	Benchmark
1.1	Desarrollo de principios éticos		
1.2	Difusión de los principios éticos en la empresa		
1.3	Práctica de los principios éticos con la competencia		
1.4	Práctica de los principios éticos con proveedores		
1.5	Práctica de los principio éticos con personal subcontratado		
1.5	Práctica de los principios éticos con el gobierno		
	PROMEDIO ÉTICA EMPRESARIAL		
2.1	Valorización de la diversidad		
2.2	Participación de los empleados en la gestión de la empresa		
2.3	Relaciones con los sindicatos		
2.4	Distribución de los beneficios de la empresa		
2.5	Desarrollo profesional y de Empleabilidad		
2.6	Cuidado de la salud, seguridad y condiciones de trabajo		
2.7	Jubilación y despidos		
	PROMEDIO CALIDAD DE VIDA LABORAL		

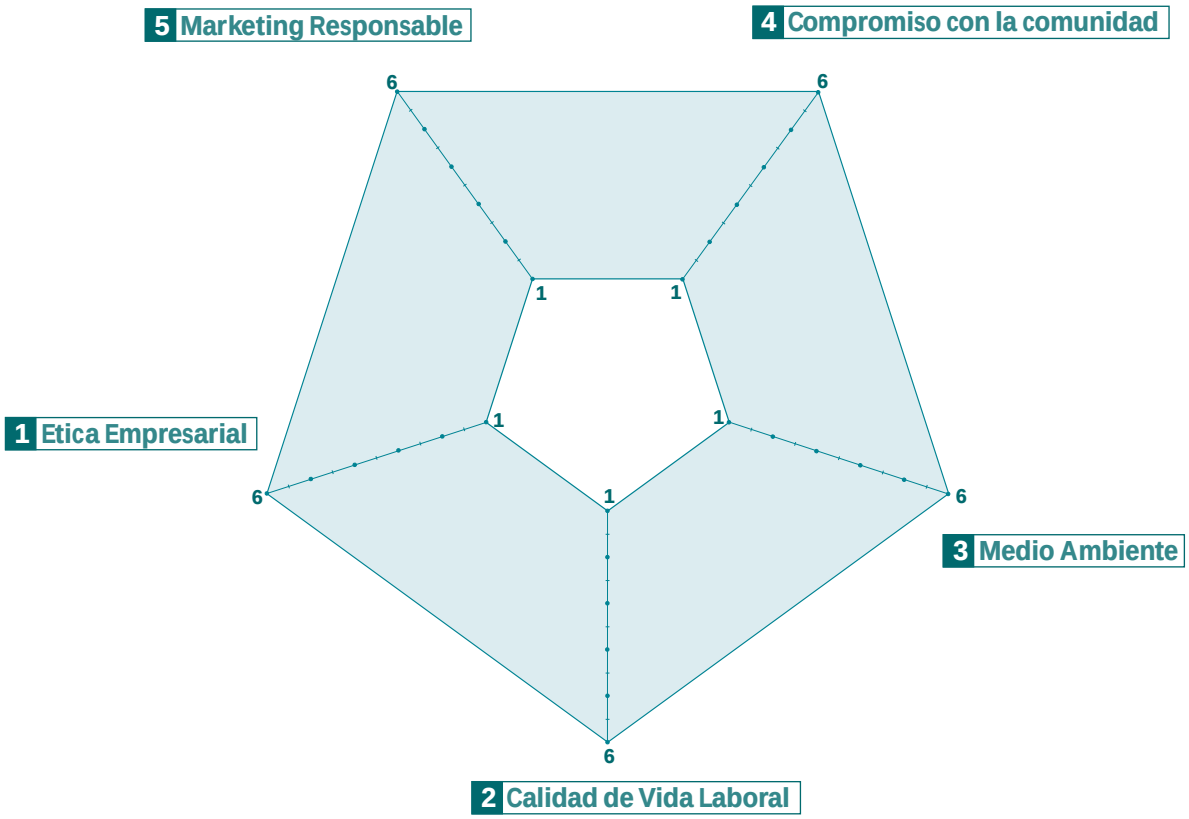
		Su promedio	Benchmark
3.1	Conocimiento sobre el impacto en el medio ambiente		
3.2	Responsabilidad ambiental a través del ciclo productivo		
3.3	Cuidados en la incorporación de insumos y tratamiento de desechos		
3.4	Educación ambiental		
	PROMEDIO MEDIO AMBIENTE		

4.1	Gestión del impacto de las actividades de la empresa en la comunidad		
4.2	Relaciones con organizaciones comunitarias		
4.3	Mecanismos de apoyo a proyectos sociales		
4.4	Estrategias y criterios de acción en el área social		
4.5	Apoyo y trabajo voluntario del personal		
4.6	Liderazgo e Influencia social		
4.7	Participación en proyectos sociales de gobierno		
	PROMEDIO COMPROMISO CON LA COMUNIDAD		

5.1	Diagnóstico y solución de los daños potenciales de sus productos y servicios		
5.2	Política de Marketing y Comunicación		
5.3	Técnicas de venta éticas y respeto de la privacidad del consumidos		
5.4	Excelencia en la atención al consumidor		
	PROMEDIO MARKETING RESPONSABLE		

Score Card de balance social de la empresa: Resultados por área

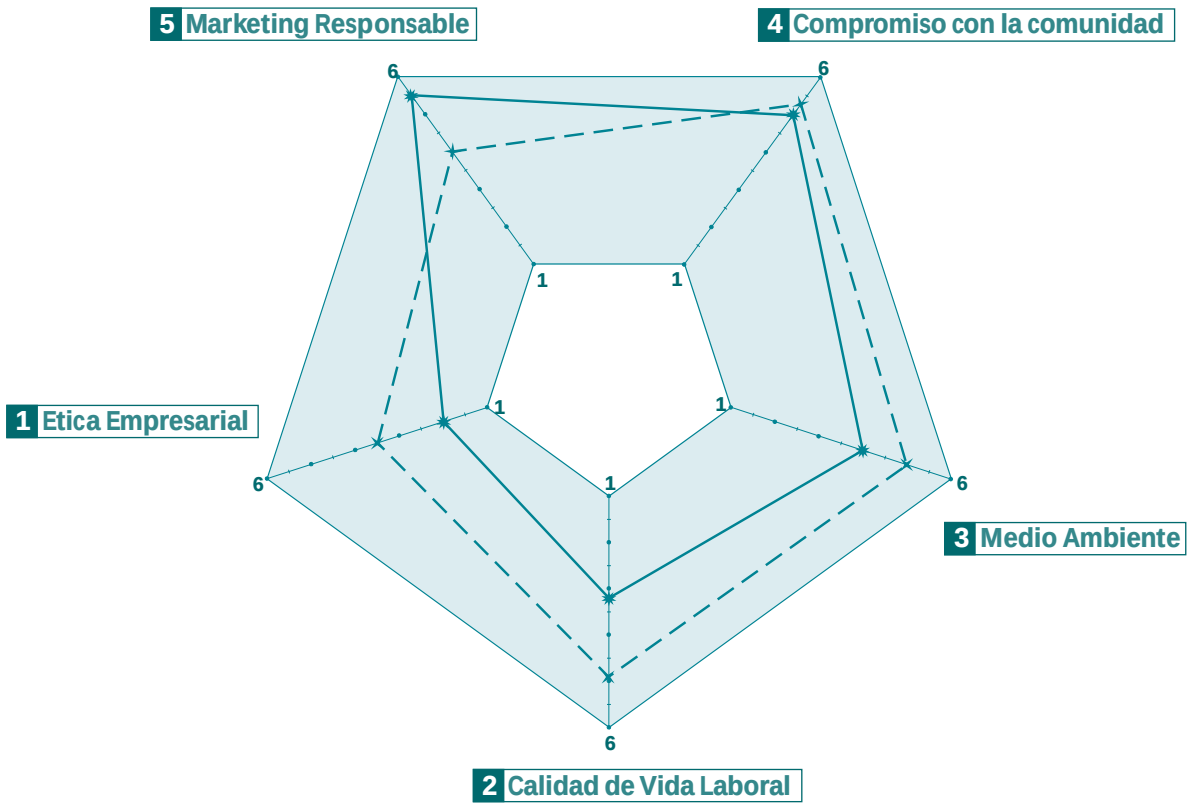
Desde la página anterior, ingrese a ésta página los promedios de cada área (ver ejemplo página siguiente).
Si su empresa desea comparar su desempeño en relación al resto de las compañías; envíenos sus resultados y **Acción Empresarial** le entregará las cifras comparativas del benchmark, con lo cual Ud. podrá visualmente identificar sus fortalezas y debilidades por área.



		× Esta Empresa	✷ Promedio Otras Empresas
1.	Ética Empresarial		
2.	Calidad de vida Laboral		
3.	Medio Ambiente		
4.	Compromiso con la Comunidad		
5.	Marketing Responsable		

Página de ejemplo

Por ejemplo, si su promedio en el área "Ética Empresarial" es 3,5, ubique ese punto en la línea graduada de 1 a 6 correspondiente a Ética y márquelo, esto mismo debe hacer con el resto de las 5 áreas. Cuando haya marcado todos los puntos en cada una de las líneas podrá unirlas y tendrá como resultado el pentágono que grafica el promedio de su evaluación.
Además puede ingresar los resultados del benchmark, si éstos le han sido entregados y comparar, visualmente sus fortalezas y debilidades por área, en relación a éstos.



		× Esta Empresa	✷ Promedio Otras Empresas
1.	Ética Empresarial	3,5	2,0
2.	Calidad de vida Laboral	4,9	3,2
3.	Medio Ambiente	5,0	4,0
4.	Compromiso con la Comunidad	5,3	5,0
5.	Marketing Responsable	4,0	5,5

Bibliografía

- Código del Trabajo de Chile.
- Comunicado de Prensa de Acción Empresarial en relación al Estudio MORI *"Responsabilidad Social Corporativa"*, Diciembre 2000.
- Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, Versao 2001. Instituto Ethos, Brazil.
- Guia de Elaboraçao Anual de Responsabilidade Social Empresarial, Versao 2001. Instituto Ethos 2001, Brazil.
- Ley sobre bases generales del medio ambiente. Ley número 19.300. Diario Oficial Num. 34.810, de 9/03/94.
- McWilliams, Abagail; Siegel, Donald. (2001). *Corporate Social Responsability: A theory of the firm perspective.* Academy of Management Review, vol 26 Nº 1, 117-127.
- Ruf, Bernadette M; Muralidhar, Krishnamurty; Paul, Karen. 1998. *The Development of a systematic, aggregate measure of corporate social performance.* Journal of Management v.24 No 1 p. 119-33.
- Wood, Donna J. 1991. *Corporate Social Performance Revisited.* Academy of Management Review, vol 16 Nº 4, 691-718, University of Pittsburgh.
- www.accionempresarial.cl