

Diagnóstico Empresarial Responsabilidad Social



EMPRESA : _____

PROVEEDOR: **FUNDACIÓN SURSUM CORDA, I.A.P.**

JULIO 2, 2019
Ref. : CL20190702-1

Esta propuesta es confidencial y es propiedad de Fundación Sursum Corda, I.A.P., la cual puede contener aproximaciones, técnicas y otro tipo de información propiedad de la Fundación, su distribución a otras personas no involucradas en el proceso al que hace referencia, deberá realizarse previa autorización.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Significa cumplir integralmente con la finalidad de la empresa en sus dimensiones económica, social y ambiental, en sus contextos interno y externo.

Para lograrlo la empresa en su conjunto adopta una actitud ética en todas sus acciones, a través de las cuales se busca por igual:

1. El desarrollo integral de sus empleados.
2. El desarrollo de su comunidad.
3. El cuidado y la preservación del medio ambiente.
4. La generación de riqueza.



Ser socialmente responsable, no es tarea de un día ni responsabilidad de un departamento en particular. No es una cuestión moral individual del gerente, director o dueño, sino la implicación de la empresa en su conjunto.

Es un traje a la medida para cada empresa, que se confecciona a través del compromiso de quienes la integran. Es, en fin, un reflejo de la ética en todas las acciones de la organización.

Una empresa responsable...

- Cumple, como mínimo, con la normatividad y sus obligaciones legales.
- Considera a sus empleados, su capital más valioso.
- Está conformada por personas socialmente responsables.
- Está sensibilizada con la problemática social de su comunidad.
- Conserva el medio ambiente.
- Compite con lealtad.

Descripción del Documento

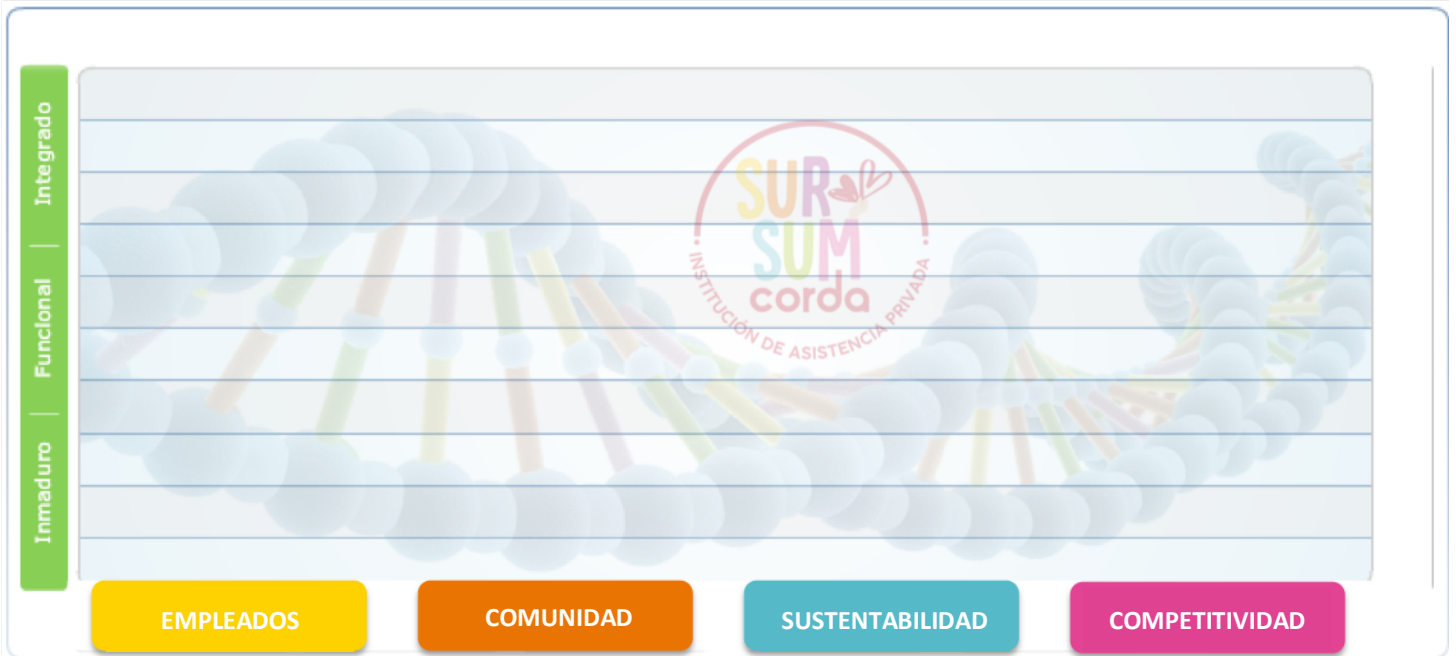
Esta herramienta tiene la finalidad de facilitar el análisis de las fortalezas y debilidades de la empresa para la planeación de su desarrollo institucional.

Para tal efecto, se desagrega la naturaleza y dinámica, en cuatro áreas fundamentales:

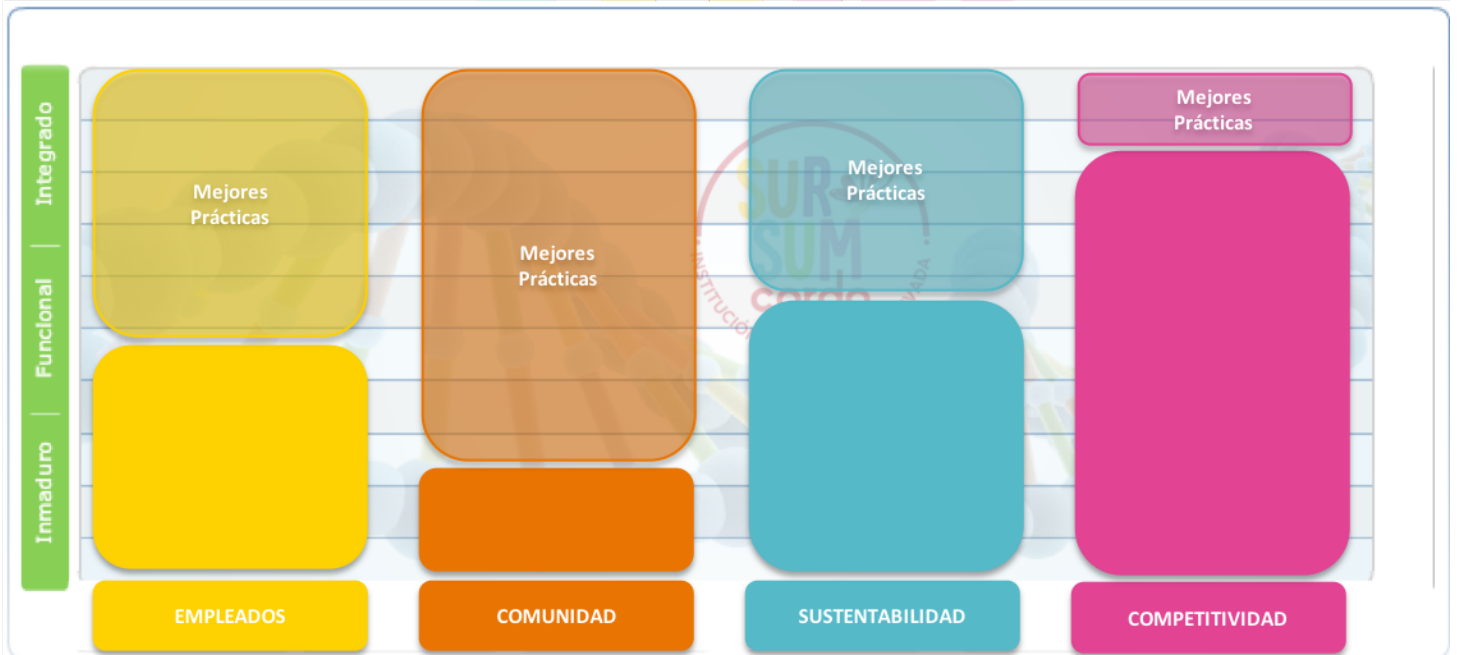
1. Calidad de vida en la empresa.
2. Compromiso con la comunidad.
3. Cuidado y preservación del medio ambiente.
4. Competitividad de la empresa y su relación con sus involucrados (grupos interés - stakeholders).

Cada una de estas áreas, está descrita por un determinado número de indicadores de Responsabilidad Social Empresarial.

INDICADORES



SUR SUM



	Indicadores de Calidad de Vida en la Empresa	Nivel 1 - 5
1	Cuenta con un código de ética publicado en un documento, el cual comparte y difunde y lo utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior de la misma.	
2	Identifica y articula políticas para que ese código de ética se refleje en sus prácticas cotidianas	
3	Fomenta el trabajo en equipo, la participación en la toma de decisiones y el sentido de comunidad con políticas y acciones concretas entre su personal.	
4	Cuenta con mecanismos e instrumentos para escuchar y responder las sugerencias, ideas, peticiones y reclamaciones de los empleados.	
5	Cuenta con un plan para el desarrollo de los empleados, la calidad de vida de sus familias y/o prestaciones superiores a las de ley.	
6	Implementa programas que refuerzan la seguridad y la salud de su personal en el lugar de trabajo.	
7	Cuenta con mecanismos e instrumentos que favorecen el desarrollo de actitudes y habilidades en su personal, a través de apoyos educativos y de capacitación.	
8	Aplica prácticas laborales que procuran y favorecen un equilibrio entre trabajo y la familia de sus empleados.	
9	Maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como liquidaciones y despidos.	
10	Garantiza con sus políticas, procedimientos en donde no se discrimine por motivos de asociación, origen étnico, género, posición económica, religión, ideología política, preferencia sexual o discapacidad física.	
11	Ha incrementado en números o proporción de empleos femeninos, o de otros grupos minoritarios, en posiciones ejecutivas o directivas en años recientes.	
12	Mantiene un programa especial para la inclusión y contratación de grupos específicos.	
13	Realiza investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción para medir el nivel de satisfacción de sus colaboradores e identificar áreas que requieren atención.	
14	Utiliza esquemas de trabajo flexible para acomodarse a las diversas necesidades de su personal (jornada parcial, teletrabajo, etc.).	
15	Tiene algún programa para estimular y reconocer al personal por la generación de ideas, toma de riesgos, decisiones y creatividad, a favor de la organización y del negocio.	

	Indicadores de Compromiso con la Comunidad	Nivel 1 - 5
1	Invierte en conocer las particularidades de la comunidad local, para identificar sus expectativas, necesidades y prevenir posibles conflictos que la operación de la empresa pueda llegar a suscitar, respecto de sus costumbres y creencias.	
2	Responde a las expectativas que la comunidad tiene de su empresa e interviene para remediar sus necesidades e impulsar su desarrollo.	
3	Establece canales de diálogo sistemático y permanente con los diferentes actores o sectores de la comunidad con los que se relaciona.	
4	Cuenta con una instancia, puesto, fundación o sistema responsable de la planeación, otorgamiento y seguimiento de sus donativos; así como para conducir la vinculación con la comunidad, que no esté a más de un nivel ejecutivo del director general, gerente general o gerente de operaciones.	
5	Contempla dentro de sus políticas la posibilidad de ofrecer apoyo con recursos no financieros (gente, equipo, servicios, facilidades) a grupos organizados de la comunidad, para la realización de actividades públicas, cívicas o de beneficio social.	
6	Otorga donativos en efectivo al menos el 1% de sus utilidades antes de impuestos promedio, para causas sociales.	
7	Planea y realiza actividades sociales y/o comunitarias en las que involucra al personal y a sus familias.	
8	Mantiene alianza con al menos alguna organización social para desarrollar un programa de beneficio a la comunidad.	
9	Promueve el trabajo voluntario de sus trabajadores hacia la comunidad, apoya las causas filantrópicas de su personal.	
10	Tiene y aplica políticas para los apoyos sociales de cualquier tipo que otorga.	
11	Contribuye mediante programas específicos a la promoción del bienestar económico y social de las comunidades en las que opera.	
12	Busca oportunidades para promover sus productos y/o servicios relacionándolos y apoyando causas sociales (mercadotecnia con causa social).	
13	Destina al menos el 2% del presupuesto de su publicidad a mensajes con interés o beneficio social.	
14	Promueve con acciones específicas la filantropía, participación y responsabilidad social entre sus proveedores, acreedores, clientes e instituciones con los que se relaciona.	
15	Adopta las medidas necesarias para garantizar que sus actividades no tengan impacto negativo sobre la comunidad donde las desarrolla.	

	Indicadores de Cuidado y Preservación del Medio Ambiente	Nivel 1 - 5
1	Realiza una "Auditoria Verde" (inventario de los recursos que la empresa utiliza y los desechos que produce) y opera programas para el mejor aprovechamiento de recursos y para minimizar la generación de desperdicios.	
2	Cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones y en sus oficinas.	
3	Opera sistemas o aparatos necesarios que disminuyan las emisiones contaminantes que produce.	
4	Destina una partida de su presupuesto anual a programas de conservación o protección ambiental.	
5	Aplica alguna norma o certificación ambiental (ISO 9000, ISO 14000, Industria Limpia u otra).	
6	Realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental a familiares de su personal y a la comunidad inmediata a la empresa.	
7	Adquiere productos y materia prima reciclables, minimizando el uso de materiales no degradables.	
8	Cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos).	
9	Establece compromisos explícitos con el medio ambiente y se fija estándares para ellos, que incluyen metas formales (declaración de principios medioambientales).	
10	Mantiene sus activos (maquinaria, equipo, transporte, etc.) en niveles adecuados para la prevención de contaminación.	
11	Dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su reutilización y aprovechamiento.	
12	Genera incentivos, premios y reconocimientos para los empleados que sugieren alternativas a los procesos de contaminación o desaprovechamiento de recursos en los procesos empresariales.	
13	Utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores.	
14	Cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo.	
15	Entrega a sus consumidores información detallada sobre daños ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos o servicios.	

	Indicadores de Competitividad y Relación con sus Involucrados	Nivel 1 - 5
1	Cuenta con algún cargo o función responsable de promover y monitorear su actuación ética.	
2	Cumple a tiempo con sus obligaciones fiscales y atiende a las solicitudes de apoyo por parte del gobierno.	
3	Cuenta con un mecanismo para que sus involucrados (grupos de relación e interés) puedan hacer llegar sus sugerencias, quejas o ventilar sus desacuerdos.	
4	Cuenta con políticas, mecanismos y procedimientos que promuevan que ninguna de sus sucursales, filiales o establecimientos puedan ser cómplices de corrupción.	
5	Cuenta con una política de equidad en selección y pago a sus proveedores.	
6	Cuenta con programas de apoyo y cooperación para el desarrollo de sus proveedores, en particular de los locales.	
7	Cuenta con mecanismos que garanticen la congruencia entre calidad y precio más allá del mercado.	
8	Tiene la cultura y los sistemas para conocer, entender y atender las necesidades e inquietudes de sus clientes.	
9	Tiene políticas de trato a sus clientes que garanticen la honradez en todas sus transacciones y que ofrezcan atención y solución a todas sus reclamaciones.	
10	Maneja mensajes promocionales y publicitarios, objetivos y honestos, promoviendo las verdaderas bondades de sus productos y/o servicios.	
11	Cuenta con un sistema de mejoramiento continuo en aspectos como calidad y productividad.	
12	Opera programas para desarrollar el liderazgo asertivo -proactivo en sus jefaturas (mandos medios).	
13	Cuenta con mecanismos a través de los cuales los empleados de mayor experiencia compartan sus conocimientos con aquellos de menor experiencia (sistematización del conocimiento).	
14	Cuenta con una política de respeto a los competidores.	
15	Informa interna y externamente los logros y retos de la empresa - financieros, sociales y medioambientales - en su reporte anual. (Balance Social).	

CIERRE DE DIAGNÓSTICO

- I. Qué áreas se deben fortalecer ?
- II. Qué áreas tienen un adecuado desarrollo ?
- III. Qué requerimientos de capacitación (temas) tiene la empresa ?
- IV. Qué aspectos (temas) desconocía ?
- V. Qué se puede implementar inmediatamente ?

VI. Notas :



Fecha de Elaboración :	
Elaborado por :	
Consultor Ejecutivo :	
Fecha de Diagnóstico :	
Grado de madurez de la empresa :	