

DIAGNÓSTICO ADN-PVC

EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO, es una expresión de la Responsabilidad Social Empresarial, que tiene como finalidad la movilización del talento, tiempo y energía del personal de una empresa a favor del desarrollo social de las comunidades donde ésta opera.

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 donde 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 de 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.

Introducción

El diagnóstico es un ejercicio en el que los miembros de las empresas aprenden a identificar los principales elementos de su institución y a calificar el estado en que se encuentran en su proceso de desarrollo.

Este ejercicio facilita la producción de conocimiento personal y colectivo, además permite:

- Observar rápidamente en dónde se encuentran las principales fortalezas y debilidades de la organización.
- Construir una visión clara y comprensible de su situación actual.
- Definir las prioridades para un plan de mejora.

Cuando se participa activamente en un proceso de diagnóstico, los miembros de la empresa:

- Proporcionan las respuestas, asumiendo un papel de investigadores de su propia realidad.
- Aprenden a calificar las respuestas a partir de los indicadores aceptados.
- Analizan los resultados obtenidos.
- Priorizan la importancia de los resultados.
- Elaboran el plan de desarrollo para mejorar a partir de la capacitación e implementación de acciones necesarias.
- Controlan el plan de desarrollo atendiendo todos los aspectos que intervienen.
- Para poder planear el desarrollo de un Plan de Voluntariado Corporativo de una empresa, es necesario conocer el grado de madurez y desarrollo de sus áreas fundamentales. A partir del diagnóstico se puede elaborar el plan, orientando con eficacia la aplicación de recursos económicos y humanos, logrando beneficios inmediatos.

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 hemos desagregado la naturaleza y dinámica de una empresa 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 (stakeholders).

Cada una de estas áreas está descrita por un determinado número de indicadores.

El ejercicio de diagnóstico consiste en estimar en qué medida la propia empresa cumple con cada enunciado (expresado en términos de indicador), es por eso que junto a cada uno de ellos hay una escala del 1 al 5, donde 5 representa el más alto grado de semejanza entre lo que ahí se propone y lo que sucede en la organización, y 1 el más bajo.

Este instrumento está diseñado para que quienes lo utilizan puedan identificar a “golpe de vista” el resultado general de su diagnóstico, ya que se responde iluminando los cuadros de la escala, lo que facilita que al terminar de responder cada capítulo, se cree una imagen gráfica del grado en que dichas áreas o procesos están cubiertos.

INDICADORES



▪ Calidad de vida en la empresa (Empleados).

Una empresa ofrece calidad de vida en su interior cuando opera éticamente y se interesa por el bienestar de quienes la integran:

- Fomenta el ejercicio de la ética en todas sus operaciones (procesos, productos y/o servicios).
- Cuenta con programas de desarrollo integral para sus trabajadores y sus familias.
- Procura el balance vida familiar- vida laboral al interior de la organización.
- Fomenta la inclusión y la diversidad en su fuerza laboral.

Una organización sana y dinámica, ofrece a todo su personal oportunidades interesantes de crecimiento. Crea internamente un ambiente de trabajo favorable, estimulante, seguro, creativo, no discriminatorio y/o participativo en el que todos sus miembros interactúan bajo bases justas de integridad y respeto que propician su desarrollo humano y profesional contribuyendo a que alcancen una mejor calidad de vida. Por ello recibirá beneficios como la eficiencia y responsabilidad individual y colectiva; un balance de vida personal y laboral; el impacto positivo en la productividad, relaciones obrero-patronales sanas y la percepción de la empresa como altamente productiva, humana y socialmente responsable.

La estructura de la organización no es una simple definición de jerarquías sino la delineación de un espacio para el desarrollo de personas que debe brindarles la posibilidad de aplicar al máximo su capacidad al servicio de los objetivos de la institución.

El desarrollo de la empresa está ligado al desarrollo del personal que la integra. Esto puede verse de dos maneras: como una restricción o como una oportunidad. Sin duda las empresas más progresistas son aquellas que incorporan personas dispuestas a impulsar con toda su capacidad el desarrollo de sus empresas. Identificarlos y propiciar su crecimiento es función esencial de la dirección de la empresa.

La remuneración del personal es una decisión que no se puede tomar unilateralmente. Las empresas más importantes compiten por los mejores recursos humanos en el mercado laboral: un espacio en el que se juegan no sólo salarios y prestaciones sino también otros satisfactores tales como la participación en la propiedad y en la toma de decisiones.

El desarrollo del potencial de los miembros de la organización se estimula e impulsa mediante:

- a. El compromiso de la dirección de la empresa con el desarrollo de su personal.
- b. El análisis de las características y circunstancias específicas del personal existente para ofrecerle capacitación adecuada.
- c. La realización y evaluación de acciones de capacitación.
- d. La orientación de los programas de mejora continua con propósitos de capacitación.
- e. La articulación de los valores éticos.

La capacitación es sobre todo una función para el futuro. Desarrolla recursos que son susceptibles de crecimiento. En este sentido, la capacitación es una inversión y de las más rentables. Importa, por lo tanto, una capacitación proactiva, no centrada en el cumplimiento de obligaciones sino en el desarrollo de capacidades.

Un programa de mejora continua faculta al personal para que participe y coopere. Los programas de mejora continua son por tanto medio y expresión de la capacitación.

La declaración de los valores éticos corporativos es una herramienta vital para apoyar a los gerentes y empleados a tomar decisiones consistentes con la misión y filosofía de la empresa; es una guía que especifica la forma en que la compañía conduce su negocio.

La formación ética de los empleados puede hacerse mediante reuniones informales de pequeños grupos para discutir temas éticos que surgen en la empresa o a través de un programa formal de entrenamiento sobre ética, incentivando la participación colectiva en la identificación de los valores éticos de la empresa. Lo más importante es permear a la organización con los valores éticos, difundirlos y enfatizar el compromiso de los empleados y la organización con ellos.

▪ **Compromiso con la comunidad (Comunidad).**

Una empresa socialmente responsable se empeña en mejorar su entorno inmediato y el de la comunidad con la que se relaciona cuando:

- Realiza aportaciones y/o inversiones en beneficio de su entorno inmediato.
- Realiza y/o participa en actividades sociales y comunitarias y les da seguimiento.
- Promueve el trabajo voluntario de sus trabajadores hacia la comunidad.

Percibe e instrumenta la corresponsabilidad de la organización en el desarrollo de su comunidad. Identifica y monitorea las expectativas públicas que la comunidad tiene de la empresa.

Busca ser partícipe de la sinergia entre sectores (empresa, gobierno y sociedad civil), lo que le permite multiplicar los resultados de su aportación en la solución de problemas sociales.

Identifica cómo la participación e inversión social de la empresa impulsa el desarrollo de procesos sociales o comunitarios y le retribuye directa o indirectamente a su institución.

Conoce y explora diferentes maneras para participar comunitariamente (a través de mensajes de beneficio social en sus productos y/o servicios, donativos, proyectos enfocados a causas sociales específicas, voluntariado corporativo, mercadotecnia social, etc.)

Sabe que involucrarse comunitariamente implica mucho más que otorgar donativos; implica el mejorar la calidad de vida de su entorno. Por ello se reta a impulsar el desarrollo de las capacidades de las personas que conforman esa comunidad. Invierte en proyectos que impacten positivamente no sólo en las condiciones de bienestar de los beneficiarios sino también en sus actitudes y habilidades (su bien ser).

Está convencida que las acciones de involucramiento con la comunidad le generan beneficios a su organización, incrementan la moral, compromiso, retención y desempeño de los trabajadores, desarrollan sus habilidades, fortalecen la imagen de la empresa y por tanto incrementan la lealtad y preferencia de los consumidores.

▪ **Cuidado y preservación del medio ambiente (Sustentabilidad).**

Una empresa socialmente responsable se compromete con el cuidado del medio ambiente cuando:

- Cumple con las obligaciones ambientales de su localidad.
- Cuenta con políticas o programas de cuidado del medio ambiente.
- Participa o apoya campañas de prevención, conservación y/o regeneración del medio ambiente.

La subsistencia y el desarrollo de toda sociedad dependen del aprovechamiento de los recursos naturales. Sin embargo, muchas de las acciones que los seres humanos emprendemos a favor de nuestro desarrollo y supervivencia, alteran o destruyen el ritmo natural y la armonía del mundo en que vivimos.

Por esta razón, hoy la conservación de la naturaleza como pilar del desarrollo sustentable reviste importancia vital para ciudadanos, pueblos, gobiernos y empresas.

Cuando una empresa entiende su responsabilidad medioambiental como un valor central en su estrategia de negocios, ejerce un compromiso con el desarrollo sustentable. Por tanto, el impacto de su esfuerzo se refleja no sólo al interior de su institución sino también en su contribución a la capacidad local, regional y nacional para preservar el entorno.

En muchas empresas se desarrollan prácticas inadecuadas en el uso de la energía y los recursos disponibles. Estas prácticas pueden haberse desarrollado de manera informal de modo que es posible que nadie en la empresa esté atendiendo sus variables. El rastreo de las mismas permite a la empresa encontrar oportunidades para preservar el medio ambiente, identificar alternativas de ahorro y consolidar importantes beneficios económicos. A la larga los residuos son vistos como productos para la comercialización y no como desechos.

Todo uso de recursos implica un costo monetario y un impacto ambiental; por ello, impulsar acciones y programas orientados a la promoción de la cultura de la sustentabilidad resulta en la optimización de costos y en la reducción de la huella ecológica (espacio de tierra y agua que necesitamos para mantener nuestro nivel de vida).

▪ **Competitividad y relación con sus involucrados (Competitividad).**

Una empresa genera riqueza y se relaciona de una manera justa y solidaria con sus involucrados cuando:

- Cumple con sus obligaciones ante las **Autoridades**.
- Construye relaciones de ganar-ganar con sus **Proveedores**.
- Satisface a sus **Clientes**.
- Cumple con sus obligaciones ante sus **Accionistas**.
- Mantiene una relación sana con sus **Competidores**.

En el mundo cambiante de hoy una empresa sólo tendrá éxito si puede alternar con las mejores de su ramo en el país y en el mundo. Este cuestionario explora la capacidad de una organización para perseguir un futuro mejor, entender de qué depende que lo alcance y a partir de ello elaborar e implantar políticas, estrategias y principios de acción que le sirvan de marco para orientar en esa dirección las decisiones y acciones de todos los días.

Con amplio acceso a la tecnología, la relación precio-calidad de un producto o un servicio es fácilmente equiparable. Por ello el éxito en los negocios no sólo depende de la naturaleza de los productos o servicios ofertados sino en buena medida de la forma en que estos se producen y ofertan. Hoy el principal factor diferenciador de una empresa es su comportamiento de cara a la sociedad y la percepción que la opinión pública tenga de ella.

Diariamente las empresas se enfrentan a situaciones específicas que requieren contundencia y precisión en la manera de actuar. Es en estas situaciones en las que la ejecución de los procesos debe hacerse

de manera responsable, existiendo congruencia entre lo que se dice y se hace; esto significa hacer de la ética una práctica cotidiana en los negocios, una valiosa herramienta para imprimir y comunicar valor agregado.

Si anteriormente para generar credibilidad y lealtad en los mercados era suficiente que las empresas se orientaran a crear reputación por su productividad y calidad de sus productos y servicios, **hoy es todavía más importante construir y mantener confianza.**

La confianza es resultado de una comunicación efectiva, reflejo de todo lo que hacemos, no sólo de aquello que decimos. Por esta razón la manera en que una compañía se comunica con sus colaboradores, consumidores, proveedores, competidores, y comunidad en general, es clave para alcanzar la competitividad.

“Integración” es una palabra clave al momento de comunicar con responsabilidad social. Esta visión implica un compromiso de todos los miembros de una organización. No sólo es importante para asegurar un enfoque integrado por parte de los diferentes departamentos involucrados en la empresa, también es vital para que lo que se comunique esté dirigido a todos los grupos que puedan tener un interés en la empresa y no sólo a aquellos en los cuales la empresa ya tenga un interés en particular.

La información se ha convertido en uno de los recursos más valiosos del mundo moderno. Es importante que una empresa sepa reconocer a sus competidores y, una vez detectados los jugadores importantes, aprenda de ellos.

Hay muchas cosas que se aprenden al analizar los aciertos del competidor; también es importante mirarse al espejo para saber en dónde falla y en dónde tiene éxito la estrategia propia.

Para saber en qué áreas conviene especializarse y concentrar recursos, esfuerzos y prioridades, es importante explorar a fondo el concepto de diferenciación, identificar qué rasgos se comparten con la competencia y qué capacidades altamente atractivas para los involucrados y difíciles de emular por la competencia, pueden generarse adicionalmente.

Establecer un programa de mejora continua no sólo afecta a la función productiva sino a la estructura formal de la organización.

Requiere propósitos comunes y mecanismos de cooperación, así como el establecimiento de instancias y procedimientos adecuados.

Los programas de mejora continua resultan efectivos únicamente cuando se basan en la participación activa del personal de la empresa e involucrados estratégicos, tales como los clientes y los proveedores.

La relación con los proveedores es cada vez más una relación de cooperación que de compraventa. Los proveedores, sobre todo los más críticos, deben identificarse con los objetivos y los principios de los clientes de una empresa, de manera que puedan participar en la generación de nuevas opciones y no sólo en la realización de transacciones rutinarias.