

Diagnóstico ADN-PVC Voluntariado Corporativo



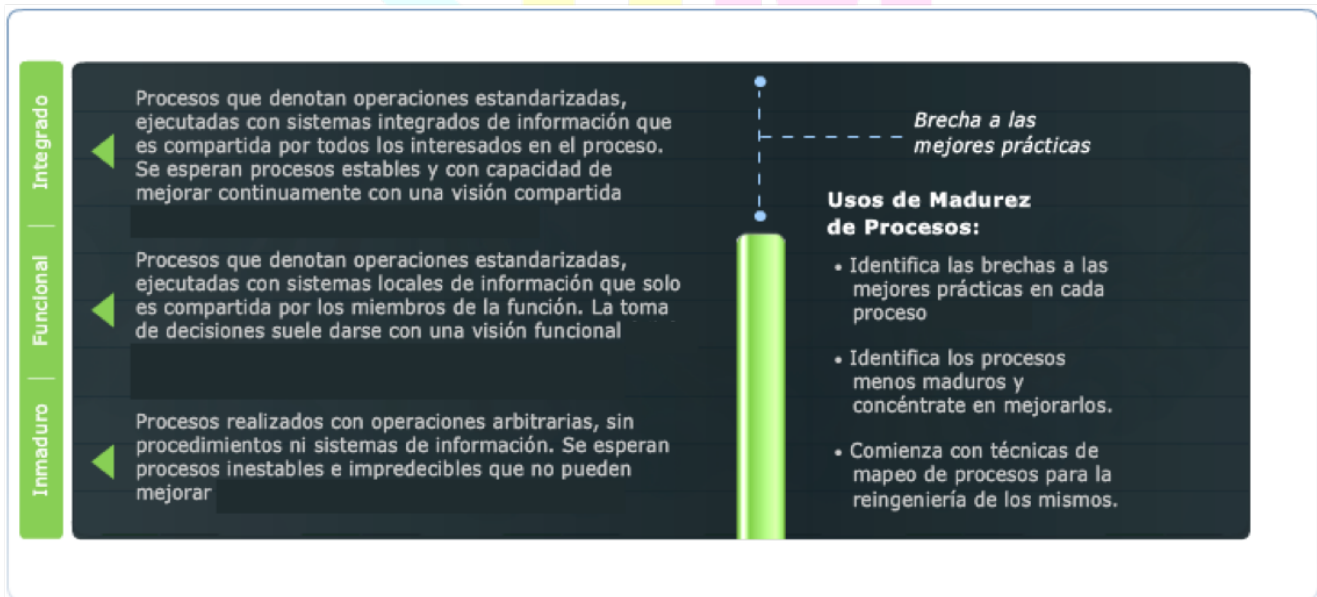
EMPRESA :

ELABORADO POR :

FECHA :

DIAGNÓSTICO INICIAL

INDICADORES ESTRATÉGICOS



| | 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 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). | |