



ALFARO
& CONSULTORES

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE



ALFARO & CONSULTORES



¿QUÉ ES LA RSE?

Visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.



¿QUÉ ES LA RSE?

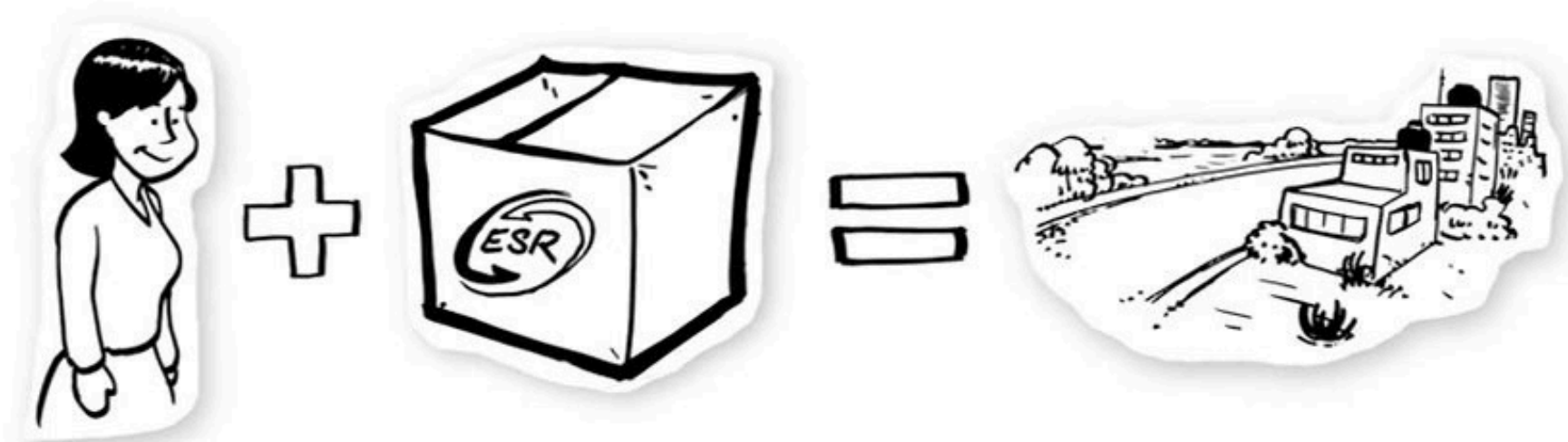
La RSE no es algo ajeno o añadido a la función original de la empresa. Por el contrario, implica cumplir con ella con la conciencia de que esto impactará de forma positiva o negativa, directa o indirectamente, interna o externamente, a grupos y comunidades vinculadas con su operación.

Es la capacidad de responder a estos desafíos buscando maximizar los impactos positivos y minimizar los negativos, haciendo mejores negocios al atender estas expectativas.





¿QUÉ SIGNIFICA SER UNA ESR?





¿QUÉ ES EL DISTINTIVO ESR®?

Es una marca creada y registrada por el Centro Mexicano para la Filantropía, A.C. que reconoce a las empresas que han asumido el compromiso público de integrar los lineamientos de la Responsabilidad Social Empresarial como parte de su cultura de negocio, reflejada en políticas y prácticas de actuación cotidiana.

Objetivo: Promover y apoyar la adopción de los principios de RSE como parte de la cultura y estrategia de negocio de las empresas, sustentando el cumplimiento de los estándares propuestos en cuatro grandes temas para generar un factor más de competitividad empresarial.





01

Objetivos y ventajas

para MiPyMEs.





OBJETIVO DEL DISTINTIVO ESR®

Acreditar a las empresas, por adoptar el compromiso de integrar valor socioambiental a su operación frente a sus grupos de interés, y que de manera voluntaria y públicamente manifiestan:

- Gestionar la responsabilidad social, como parte de su cultura y estrategia
- Desarrollar la mejora continua de sus procesos y procedimientos
- Contar con políticas y programas, en todos los ámbitos y niveles de trabajo
- Orientarse hacia un modelo de gestión sostenible y socialmente responsable
- Identificar áreas de oportunidad y riesgo que permitan tomar acción
- Fortalecer la confianza de los grupos de interés en la empresa
- Aportar valor socioambiental a la comunidad.



VENTAJAS COMPETITIVAS DEL DISTINTIVO ESR®



Comercial



Laboral



Legal



Financiero



Reputación



Gestión



Impacto



02

Ejes temáticos

El diagnóstico del Distintivo ESR[®], es una herramienta con afinidad en los ámbitos siguientes:



DIAGNÓSTICO DEL DISTINTIVO ESR®



Gestión de la RSE

Cuestionario prerequisite que permite conocer con mayor detalle la formalización interna de la responsabilidad social de las empresas.



Calidad de vida en la empresa

Compromiso y acciones para potenciar el desarrollo de los colaboradores en un entorno que propicie su empoderamiento y la calidad de vida.



DIAGNÓSTICO DEL DISTINTIVO ESR®



Ética profesional

Se refiere tanto al desempeño ético de la empresa con sus grupos de relación internos y externos, como a su proceso de toma de decisión.



Vinculación de la empresa con la comunidad.

Constituye las acciones que demuestran el compromiso de la empresa con el desarrollo de la sociedad y el entorno con el que se relaciona.



DIAGNÓSTICO DEL DISTINTIVO ESR®



Cuidado y preservación del medio ambiente

Relacionado con los mecanismos de la empresa para utilizar de forma sustentable y responsable los recursos, al tiempo que previene riesgos y reduce los impactos ambientales consecuencia de sus operaciones.



03

Puntos importantes





PUNTOS IMPORTANTES

1.

La RSE y sus actividades tienen que ser voluntarias e ir más allá de las obligaciones legales, pero en armonía con la ley.

3.

Como toda estrategia de negocios sus resultados se vinculan con los objetivos de la empresa y sus diferentes grupos de interés.

2.

La RSE no debe confundirse exclusivamente con prácticas de filantropía, éticas o ambientales, ni con cualquier otra actividad adicional al propósito de la empresa.

4.

El diálogo entre la empresa y sus partes interesadas resulta estratégico. Esta relación no siempre es del mismo tipo, ni sería lógico que lo fueran.



GRUPOS DE INTERÉS

— Consustanciales

Sin los cuales la propia existencia de la empresa es imposible. (Inversionistas y asociados, interés financiero)

— Contractuales

Con los que la empresa tiene algún tipo de contrato formal. (Proveedores y clientes o consumidores, relación comercial)

— Contextuales

Desempeñan papel fundamental en la consecución de la credibilidad y en la aceptación de sus actividades. (Autoridades gubernamentales y legislativas, entorno regulatorio)

Existen para la empresa 7 grupos de interés básicos, que a su vez se agrupan en otros 3:



04

Decálogo de Empresa Socialmente Responsable

Las empresas pueden
adecuar, adoptar y
publicar el Decálogo.

La adopción de la RSE no siempre resulta fácil. Es un camino que implica decisiones de liderazgo en la empresa para superar problemas como la baja cultura cívica, la corrupción, los insuficientes marcos legales, las formas autoritarias de ejercer el liderazgo y otros que han impedido a la empresa desarrollarse cabalmente como ciudadano responsable.

Por lo que identificamos diez compromisos de acción básicos:



1.-

Promueve e impulsa una cultura de competitividad responsable que busca las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.

2.-

Hace públicos sus valores, combate interna y externamente prácticas de corrupción y se desempeña con base en un código de ética.



3.-

Vive esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y de respeto a los derechos humanos y a la dignidad humana.

4.-

Promueve condiciones laborales favorables para la calidad de vida, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).



5.-

Respetar el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.

6.-

Identificar las necesidades sociales del entorno en que opera y colaborar en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.



7.-

Identifica y apoya causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.

8.-

Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera.



9.-

Participa, mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil, cámaras, agrupaciones y/o gobierno, en la discusión, propuestas y atención de temas sociales de interés público.

10.-

Toma en cuenta e involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.



05

Consulta de indicadores

y guía de implementación.



INDICADORES

- Gestión de la RSE en la empresa
- Calidad de vida en la empresa
- Ética empresarial
- Promoción ética y consumo responsable
- Vinculación con la comunidad
- Cuidado y preservación del medio ambiente





PRINCIPIOS

La responsabilidad social y la ética empresarial.



Desempeño ético
en los negocios.



Prevención de
negocios ilícitos



Respeto a la
dignidad humana

La ética empresarial es la base de las relaciones sólidas, permite la interpretación y solución de controversias de acuerdo a los principios que guían la toma de decisiones, la formación y evaluación del personal, y la forma en que se debe conducir el negocio.



PRINCIPIOS

La responsabilidad social en la vinculación de la empresa con la comunidad.



Involucrarse como ciudadano corporativo con las comunidades en las que opera

Identifica y monitorea las expectativas públicas que la comunidad tiene acerca de ella; la innovación y el involucramiento sostenido de miembros, autoridades u organizaciones de la comunidad deben estar incluidos en este monitoreo.



PRINCIPIOS

La responsabilidad social y la calidad de vida en la empresa



Promover y establecer como prioridad la calidad de vida de la comunidad interna



Empleo digno

La gestión del capital humano, enfocada con la visión de una empresa socialmente responsable, crea internamente un ambiente de trabajo favorable, estimulante, seguro, creativo, no discriminatorio y participativo en el que todos sus miembros interactúan a partir de bases justas.



PRINCIPIOS

La responsabilidad social en el cuidado y preservación del medio ambiente



Respeto a su entorno, los recursos y el medio ambiente para el presente y las generaciones futuras

Uno de los retos es combinar la generación de riqueza y la preservación del medio ambiente. Estas prácticas demuestran como se respeta el medio ambiente, promueve la optimización de recursos, prevé la generación de desperdicios y desarrolla procesos de reciclaje o reaprovechamiento de recursos o incorporación de sus productos y procesos a los ciclos naturales.



HERRAMIENTAS DE LA RSE

Sin pretender privilegiar ni excluir ninguna, podemos mencionar, sólo a manera de ejemplo, las siguientes:

- Código de conducta
- Código de ética
- Informe o reporte de responsabilidad social
- Indicadores de resultados económicos, ambientales y sociales
- Guías o principios



LA RUTA ANALÍTICA

Este modelo se basa en la combinación del análisis de riesgos que encara la empresa y el análisis de los intereses de los grupos de relación. Los elementos clave de este modelo son:

02 Análisis de los grupos de relación

Enfocado en sus intereses más relevantes.

04 Priorizar los intereses comunes

Identificar área específica para el desarrollo del programa.

03 Evaluar cuando existe convegenencia

Entre grupos de interés y riesgos que se pueden manejar y controlar.

01 Análisis de riesgos

Internos y externos basados en las líneas estratégicas.

05 Desarrollo de un programa

Apropiado.



GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN



I

Reconocer, asumir y expresar la RSE como un componente indispensable para la competitividad sustentable de la empresa



II

Diagnóstico del cumplimiento de la RSE en sus dimensiones económica, social y ambiental en sus contextos interno y externo



III

Planeación



GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN



IV

Instrumentación



V

Medición de avances



VI

Difusión interna y externa del compromiso, retos y logros. (Reporte público)



GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN



VII

Mejora continua



VIII

Repetición

**GRACIAS
POR SU
ATENCIÓN**



Alfaro
& Consultores



Para mayor información:

312 139 3597

WhatsApp
