



Indicadores de responsabilidad empresarial.

GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIA

Cada vez más las empresas perciben que la responsabilidad social es un tema que no está restringido solamente a las acciones sociales desarrolladas por la organización en la comunidad.

Implica también en las prácticas de diálogo e interacción con los diversos públicos de la empresa tales como colaboradores, consumidores y clientes, proveedores, medio ambiente, gobierno y sociedad.

Para que la empresa trabaje el tema de la responsabilidad social en una perspectiva sistémica y amplia, es necesario que este tema sea incorporado en los procesos de gestión y, por lo tanto, sea tratado como parte de las estrategias de negocio y del sistema de planeamiento.

Además, es importante utilizar instrumentos adecuados de asistencia y supervisión de las prácticas de responsabilidad social.

En ese sentido, Valos -Responsabilidad Empresarial- está realizando el relevamiento de los indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, una herramienta para ayudar la gestión de las actividades de responsabilidad social en las empresas mendocinas. Se espera que la aplicación de los Indicadores pueda contribuir para ampliar la producción de conocimientos, informaciones y prácticas sobre el tema.

La aplicación de los Indicadores demuestra que esa herramienta de diagnóstico ofrece a las empresas elementos valiosos para sus procesos de planeamiento y gestión.

El conocimiento de las prácticas de responsabilidad social que la aplicación de los indicadores proporciona, contribuye para que las empresas perciban su valor como inversión y reconozcan el impacto positivo que esas prácticas traen para su desempeño, imagen y situación de sostenibilidad.

SOBRE LOS INDICADORES DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIA

Los Indicadores de Responsabilidad Empresarial son una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de la empresa en lo que se refiere a la incorporación de prácticas de Responsabilidad Empresarial, a la planificación de estrategias y al monitoreo del desempeño general de la empresa. Se trata de un instrumento de auto evaluación y aprendizaje de uso esencialmente interno, un sistema inédito de evaluación y referencia de los compromisos y prácticas sociales de las empresas.

Considerando las múltiples dimensiones del papel social de la empresa, el diagnóstico comprende siete temas

VALORES Y TRANSPARENCIA: Forman la base de la cultura de una empresa, orientando su conducta y fundamentando su misión social. La adopción de una postura clara y transparente en lo que concierne a los objetivos y compromisos Éticos de la empresa fortalece la legitimidad social de sus actividades, reflejándose positivamente en el conjunto de sus relaciones.

PÚBLICO INTERNO: La empresa debe invertir en el desarrollo personal y profesional de sus empleados, así como en la mejora de las condiciones de trabajo y en el estrechamiento de esas relaciones.



LA MARCHIGIANA

COCINA ITALO ARGENTINA

tipos e intensidades. Una empresa ambientalmente responsable busca minimizar los impactos negativos y amplificar los positivos. Debe, por lo tanto, actuar para el mantenimiento y mejoría de las condiciones ambientales, minimizando acciones propias y diseminando en otras empresas las prácticas y conocimientos adquiridos en este sentido.

PROVEEDORES: La empresa que tiene compromiso con la responsabilidad social se compromete con sus proveedores, cumpliendo los contratos establecidos y trabajando por el perfeccionamiento de sus relaciones de asociación.

CONSUMIDORES Y CLIENTES: La responsabilidad social en relación a los clientes y consumidores exige de la empresa la inversión permanente en el desarrollo de productos y servicios confiables, que minimicen los riesgos de daños a la salud de los usuarios y de las personas en general. La publicidad de productos y servicios debe garantizar su uso adecuado.

COMUNIDAD: La comunidad en que la empresa está inserta le suministra el capital social, contribuyendo decisivamente para la viabilidad de sus negocios. El respeto a las costumbres y culturas locales y el empeño en la educación y en la diseminación de valores sociales deben formar parte de una política de implicación comunitaria de la empresa, resultado de la comprensión de su papel de agente de mejorías sociales.

GOBIERNO Y SOCIEDAD: La empresa debe relacionarse de forma ética y responsable con el poder público, cumpliendo las leyes y manteniendo interacciones dinámicas con sus representantes, promoviendo la constante mejoría de las condiciones sociales y políticas del país. El comportamiento ético presupone que las relaciones entre la empresa y gobiernos sean transparentes para la sociedad, accionistas, empleados, clientes, proveedores y distribuidores. Cabe a la empresa mantener una actuación política coherente con sus principios éticos.

Los Indicadores de Responsabilidad Empresaria tienen como base el cuestionario de evaluación, siendo un instrumento de diagnóstico de la situación específica de la empresa, indicando el grado de efectividad de la responsabilidad social en sus actividades.

El cuestionario cumple también el papel de ofrecer una herramienta de gestión y planificación, indicando o a partir de la situación de la empresa o políticas y acciones vueltas para la profundización de sus compromisos sociales.

SOBRE LOS RESULTADOS DE SU EMPRESA

El desempeño de la empresa participante ha sido cuantificado de acuerdo con las respuestas dadas en el cuestionario. Para cada uno de los 35 indicadores, se le solicitó a la empresa el llenado de los indicadores de profundidad, los cuales permiten evaluar el estadio actual de la empresa en su gestión de RE. Los datos presentados en dicho informe están calculados de acuerdo a dichos indicadores.

El recorrido que la empresa realizó por estos siete temas referidos a Responsabilidad Empresaria, da como resultado un diagnóstico de la situación actual de la empresa en cuanto a su gestión socialmente responsable y la planificación de acciones futuras.

De acuerdo a las puntuaciones obtenidas en los indicadores de profundidad, se pueden observar los siguientes datos en relación a su empresa.



LA MARCHIGIANA

COCINA ITALO ARGENTINA

RESULTADOS INDICADORES RSE



En el ESTADO ACTUAL DE LA GESTIÓN DE LA EMPRESA, se observa que MARCHIGIANA recoge el mejor resultado en el eje «Comunidad», habiendo obtenido 6,67 puntos. Luego se ubica el eje «Público Interno» con 5,18 puntos, y muy cerca, «Gobierno y Sociedad» (5). El eje «Valores y Transparencia» presenta una puntuación de 4,17, seguido por «Proveedores» (4) y «Consumidores y Clientes» (3,33). El eje de menor puntuación es del de «Medio Ambiente», con una puntuación de 1,1.

Consideramos que estos datos, pueden ser de gran utilidad a la hora de realizar una PLANIFICACIÓN en sus acciones de Responsabilidad Empresaria.