



Centro de
Especializaciones
Noeder

Curso de Capacitación

GESTIÓN INTEGRAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD

CICLO INTENSIVO

TALLER 01

DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Ing. Saúl Sánchez Hernández



DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

AUTODIAGNÓSTICO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN MI ORGANIZACIÓN

AUTODIAGNÓSTICO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN UNA ORGANIZACIÓN



El presente cuestionario es un test que ayuda a visibilizar el grado en que una organización está vinculada a la responsabilidad social.

Para cada pregunta seleccione solo una respuesta, la que más se apegue a la realidad de la organización que representa. **No hay respuestas correctas o incorrectas**. Asimismo, la evaluación cuantitativa, representa el potencial de la organización en cuanto a responsabilidad social y le permite reflexionar al respecto, en términos de valorar la conveniencia y pertinencia de documentar, implementar y mantener en mejora continua un programa de responsabilidad social.



DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

ANÁLISIS DEL ENTORNO PARA IDENTIFICAR NECESIDADES DE RS



Evaluar el entorno de una organización es esencial porque permite anticiparse, adaptarse y tomar decisiones estratégicas con mayor precisión.

1. Identificación de oportunidades y amenazas.
2. Mejora la toma de decisiones.
3. Fortalece la planificación estratégica.
4. Facilita la adaptación al cambio.
5. Refuerza la autenticidad y coherencia del mensaje.

LAS 5 FUERZAS DE PORTER





DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

ANÁLISIS DEL ENTORNO PARA IDENTIFICAR NECESIDADES DE RS



Perspectiva tradicional:

Competencia por precio, calidad, diferenciación.

Perspectiva de responsabilidad social

- ☐ Las empresas que adoptan prácticas responsables (energía limpia, trato justo a empleados, transparencia, etc.) generan mayor lealtad.
- ☐ La rivalidad se transforma: competir no solo por cuota de mercado, sino por impacto positivo.

Reflexiones clave

- ☐ ¿Qué prácticas de RS tienen los competidores?
- ☐ ¿Qué impactos generan los competidores en sus grupos de interés?
- ☐ ¿Los competidores generan informes de sostenibilidad o impacto social-medioambiental?



DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

ANÁLISIS DEL ENTORNO PARA IDENTIFICAR NECESIDADES DE RS



**RIVALIDAD ENTRE
COMPETIDORES**



**Poder de los
proveedores**

Perspectiva tradicional:
Control sobre precios, calidad,
disponibilidad.

Perspectiva de responsabilidad social

- ☐ Las empresas buscan proveedores con certificaciones éticas, comercio justo, prácticas ambientales responsables.
- ☐ Esto puede reducir riesgos reputacionales y fortalecer la cadena de valor.

Reflexiones clave

- ☐ ¿Los proveedores de la organización cuentan con algún distintivo relacionado a RS?
- ☐ ¿Los proveedores tienen disponibilidad de involucramiento en proyectos RS colaborativos?.
- ☐ ¿Qué valor aportan a la organización proveedores con prácticas de RS?



DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

ANÁLISIS DEL ENTORNO PARA IDENTIFICAR NECESIDADES DE RS



**RIVALIDAD ENTRE
COMPETIDORES**

**Poder de los
compradores**



Perspectiva tradicional:

Capacidad de exigir precios bajos o calidad superior.

Perspectiva de responsabilidad social

- ☐ Hay consumidores que premian marcas responsables, con mayores compras y recomendaciones a otros consumidores.
- ☐ La transparencia, trazabilidad y propósito social influyen más que el precio.

Reflexiones clave

- ☐ ¿Los proveedores de la organización cuentan con algún distintivo relacionado a RS?
- ☐ ¿Los proveedores tienen disponibilidad de involucramiento en proyectos RS colaborativos?.
- ☐ ¿Qué valor aportan a la organización proveedores con prácticas de RS?



DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

ANÁLISIS DEL ENTORNO PARA IDENTIFICAR NECESIDADES DE RS



AMENAZA DE
NUEVOS
COMPETIDORES

Perspectiva tradicional:

Barreras de entrada como capital, tecnología, marca.

Perspectiva de responsabilidad social

- ☐ Nuevos jugadores con modelos éticos y sostenibles pueden irrumpir con fuerza si conectan con consumidores conscientes.
- ☐ Las empresas establecidas deben elevar sus estándares para no perder relevancia.

Reflexiones clave

- ☐ ¿Se han identificado a potenciales nuevos competidores?
- ☐ ¿Con qué atributos de responsabilidad social cuentan estos potenciales nuevos competidores?.
- ☐ ¿Qué estrategia de RS se llevará a cabo ante la potencial entrada de nuevos competidores?



DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

ANÁLISIS DEL ENTORNO PARA IDENTIFICAR NECESIDADES DE RS



AMENAZA DE
PRODUCTOS
SUSTITUTOS



Perspectiva tradicional:

Alternativas que cumplen la misma función.

Perspectiva de responsabilidad social

- ☐ Los sustitutos sostenibles (energías limpias, alimentos orgánicos, materiales reciclables) ganan terreno.
- ☐ Las empresas deben innovar para evitar quedar obsoletas frente a opciones más responsables.

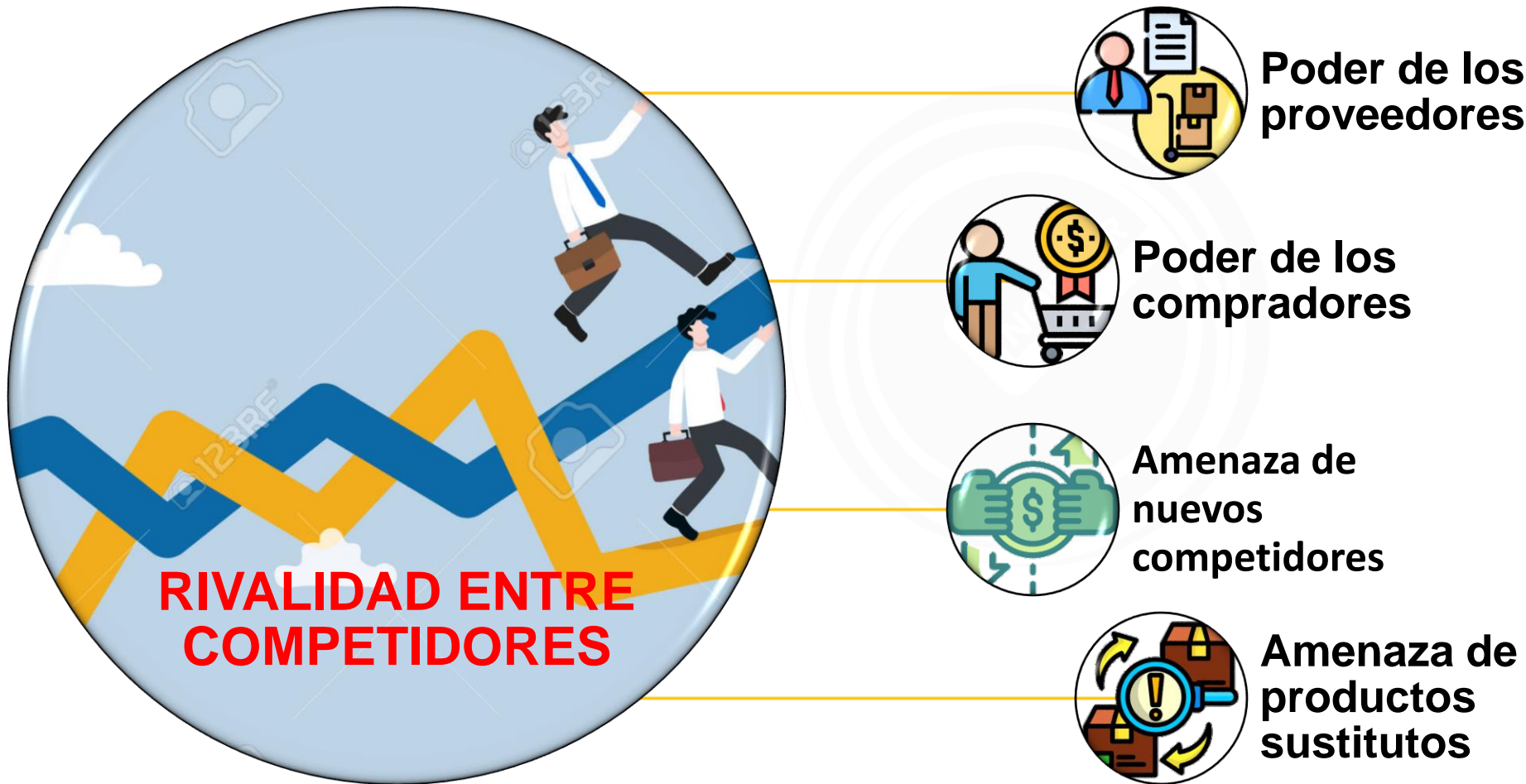
Reflexiones clave

- ☐ ¿Qué innovaciones vinculadas a RS puede realizar la organización para sostenerse en el mercado?
- ☐ ¿Cuáles son los retos de la organización para que sus productos sean reconocidos como resultado de prácticas RS?
- ☐ ¿Qué costos o afectaciones tendría la organización ante la potencial entrada de nuevos productos con distintivos RS?



DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

ANÁLISIS DEL ENTORNO PARA IDENTIFICAR NECESIDADES DE RS



Según Porter y Kramer, las empresas pueden crear “valor compartido” al alinear su ventaja competitiva con el impacto social. Esto no es filantropía, sino estrategia: integrar sostenibilidad en el modelo de negocio genera rentabilidad y reputación.



DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN

2.13

gobernanza de la organización

sistema por el cual una organización (2.12) toma e implementa decisiones con el fin de **lograr sus objetivos (ISO 26000)**.



Interdependencia: Los elementos del sistema están conectados; un cambio en uno afecta a los demás.

Totalidad: El sistema tiene propiedades que no se encuentran en sus partes individuales.

Dinámica: Los sistemas evolucionan, se adaptan y responden a estímulos del entorno.

Abiertos vs. Cerrados: Un sistema abierto intercambia energía, información o materia con su entorno; uno cerrado no.

“Un sistema es un conjunto de elementos que interactúan entre sí. (Ludwig von Bertalanffy)”

Esta interacción hace que el sistema se comporte como un todo organizado, no simplemente como la suma de sus partes. Bertalanffy desarrolló la Teoría General de Sistemas en los años 40 como una forma de entender fenómenos complejos en diversas disciplinas —desde la biología hasta la sociología y la administración.



DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN

2.13

gobernanza de la organización

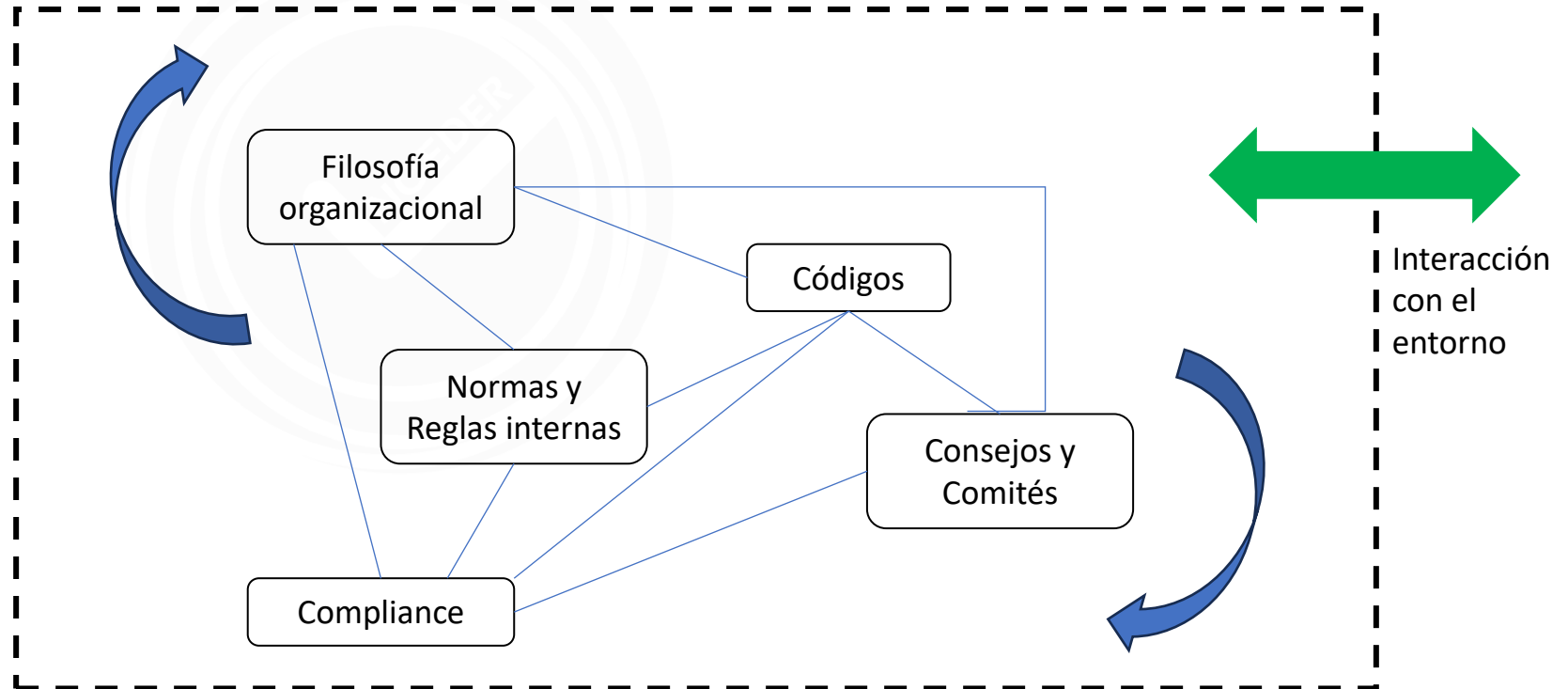
sistema por el cual una organización (2.12) toma e implementa decisiones con el fin de **lograr sus objetivos (ISO 26000)**.

Interdependencia: Los **elementos del sistema** están conectados; un cambio en uno afecta a los demás.

Totalidad: El sistema tiene propiedades que **no se encuentran en sus partes individuales**.

Dinámica: Los sistemas evolucionan, se adaptan y **responden a estímulos del entorno**.

Abiertos vs. Cerrados: Un sistema abierto **intercambia** energía, información o materia con su entorno; uno cerrado no.





DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN

EJERCICIO 1. ELEMENTOS DE GOBERNANZA.

ELEMENTO DE GOBERNANZA ACTUAL	Identificado	Es accesible	Es conocido	Se aplica	Se ha mejorado

ACCIONES PARA FORTALECER EL ESTATUS DE GOBERNANZA EN MI ORGANIZACIÓN

INSTRUCCIONES

1. Enlista los elementos de gobernanza con que cuenta tu organización.
2. Marca el nivel de madurez de cada elemento.
3. Escribe acciones que puede implementar la organización para fortalecer su actual estatus de gobernanza.



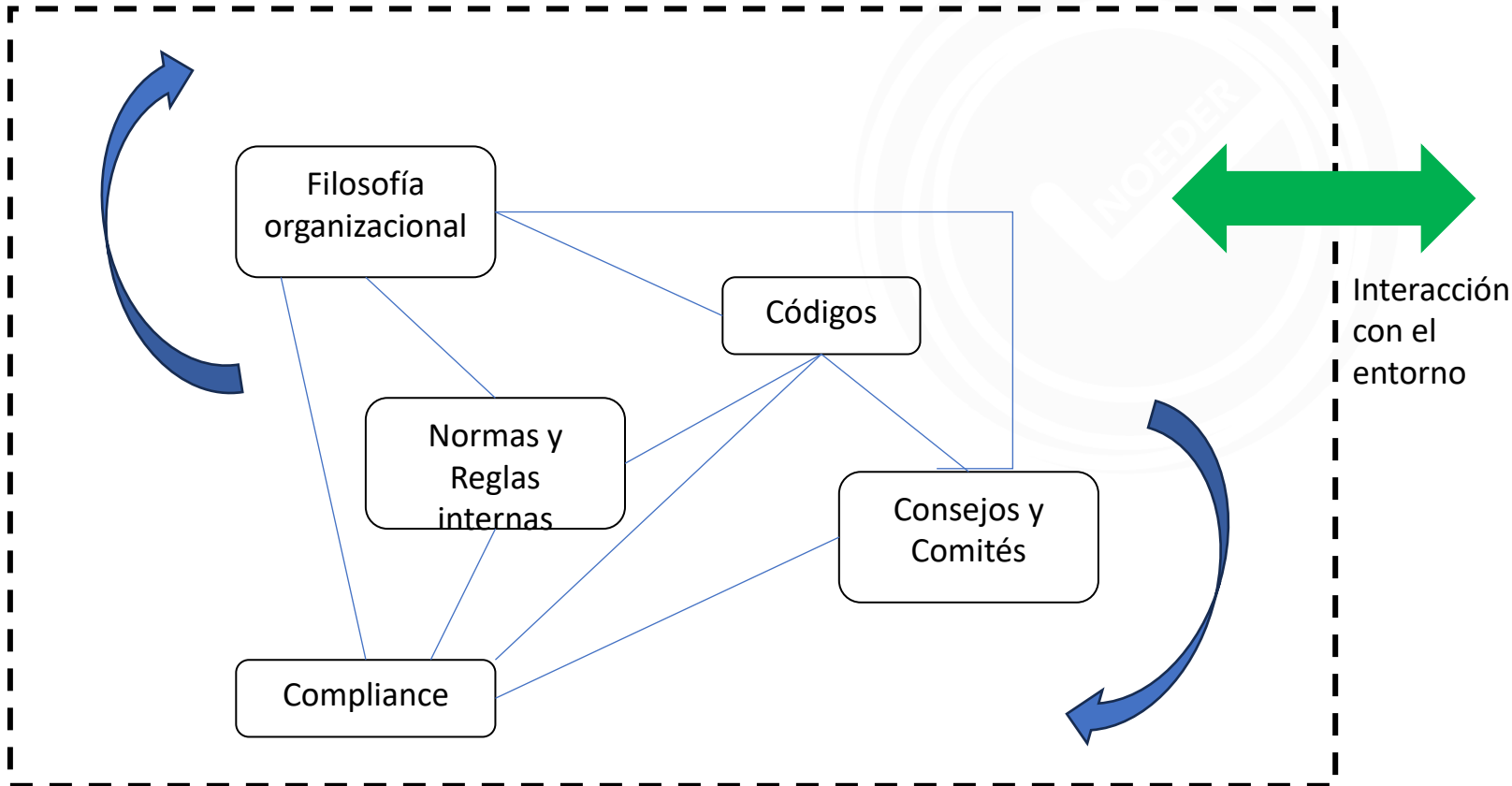
DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN

2.13

gobernanza de la organización

sistema por el cual una organización (2.12) **toma e implementa decisiones** con el fin de **lograr sus objetivos (ISO 26000)**.



6 Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social

6.1 Generalidades

Para definir el alcance de su responsabilidad social, identificar asuntos pertinentes y establecer sus prioridades, una organización debería abordar las siguientes materias fundamentales:

- **gobernanza de la organización;**
- **derechos humanos;**
- **prácticas laborales;**
- **medio ambiente;**
- **prácticas justas de operación;**
- **asuntos de consumidores, y**
- **participación activa y desarrollo de la comunidad.**



DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

EJERCICIO 2.

ALINEACIÓN DE OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.

OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAS FUNDAMENTALES							ASPECTO		
	Gobernanza de la organización.	Derechos humanos.	Prácticas laborales.	Medio ambiente.	Prácticas justas de operación;	Asuntos de consumidores.	Participación activa y desarrollo de la comunidad.	Económicos	Salud y seguridad	Cadena de valor

INSTRUCCIONES

- Redacta objetivos de tu organización:
 - Opción 1: Los que actualmente tienen establecidos.
 - Opción 2: Los que consideras que debiera tener.
 - Opción 3: Una combinación de a) y b).
- Marca las materias fundamentales que pueden vincularse con cada objetivo.
- Marca los aspectos que pueden estar relacionados con cada objetivo.
- Redacta nuevamente aquellos objetivos que deban ser ajustados para lograr una mejor vinculación a materias fundamentales y aspectos.



DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

GESTIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

2.20

partes interesadas

individuo o grupo que tiene interés en cualquier decisión o actividad de la organización (2.12)

2.18

responsabilidad social

responsabilidad de una organización (2.12) ante los impactos (2.9) que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente (2.6), mediante un comportamiento ético (2.7) y transparente que:

- contribuya al desarrollo sostenible (2.23), incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas (2.20);
- cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento (2.11); y
- esté integrada en toda la organización (2.12) y se lleve a la práctica en sus relaciones.

NOTA 1 Las actividades incluyen productos, servicios y procesos.

NOTA 2 Las relaciones se refieren a las actividades de una organización dentro de su esfera de influencia (2.19).

2.19

esfera de influencia

ámbito/alcance de una relación política, contractual, económica o de otra índole, a través de la cual una organización (2.12) tiene la capacidad de afectar las decisiones o actividades de individuos u organizaciones.



DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

GESTIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

3.3.3 El rol de las partes interesadas en la responsabilidad social

La identificación de las partes interesadas y el **involucramiento con las mismas** son fundamentales para la responsabilidad social. Una organización debería determinar quién tiene **intereses en sus decisiones y actividades**, de modo que pueda comprender sus impactos y cómo abordarlos.

¿A qué grupos de interés, LES INTERESA las decisiones y actividades de las organizaciones, porque éstas pueden llegar a impactarlos?

4.5 Respeto a los intereses de las partes interesadas

El principio consiste en: **una organización debería** respetar, considerar y responder a los intereses de sus partes interesadas.

Aunque los objetivos de la organización podrían limitarse a los intereses de sus dueños, socios, clientes o integrantes, **otros individuos o grupos, también podrían tener** derechos, reclamaciones o intereses específicos que deberían tenerse en cuenta.



¿Qué intereses se deben considerar?

Aquellos que son pertinentes a los grupos de interés, ya que derivan del propósito de la organización y sus objetivos.



DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

GESTIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

5.2 Reconocer la responsabilidad social

5.2.1 Impactos, intereses y expectativas

Al abordar su responsabilidad social una organización debería entender tres relaciones:

- entre la organización y la sociedad.
- entre la organización y sus partes interesadas.
- entre las partes interesadas y la sociedad.





DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

GESTIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

EJERCICIO 3.

GESTIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS.

GRUPOS DE INTERÉS	¿Qué le interesa a cada grupo respecto a la RS, que debiera mostrar la organización?	¿Cómo las decisiones y actividades de la organización impactarían los intereses de cada grupo?	Acciones por atender para prevenir afectaciones en los intereses de cada grupo y promover también los beneficios, es decir, el valor compartido.

INSTRUCCIONES

1. Enlista los grupos de interés que la organización debiera considerar:
 - a) Cada grupo de interés debe ser lo más específico posible.
 - b) Considera aquellos grupos de interés que resultan críticos debido a la actividad de la organización.
2. Para cada grupo de interés redacta el interés o intereses en particular. Pueden ser uno o más intereses, cuida una redacción precisa.
3. Considerando la actividad de la organización, enlista las decisiones o actividades que impactarían en los intereses de cada grupo.
4. Redacta acciones para la prevención de afectaciones o promoción del valor compartido en cada grupo de interés.



DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

AUTODIAGNÓSTICO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN MI ORGANIZACIÓN

Pregunta 1	Puntaje	Opciones	Pregunta 4	Puntaje	Opciones	Pregunta 7	Puntaje	Opciones
	1	a)		1	a)		1	a)
	2	b)		3	b)		0	b)
	0	c)		0	c)		3	c)
				2	d)		2	d)
Pregunta 2	Puntaje	Opciones	Pregunta 5	Puntaje	Opciones	Pregunta 8	Puntaje	Opciones
	1	a)		2	a)		1	a)
	2	b)		3	b)		0	b)
	3	c)		1	c)		3	c)
	0	d)		0	d)			
Pregunta 3	Puntaje	Opciones	Pregunta 6	Puntaje	Opciones	Pregunta 9	Puntaje	Opciones
	3	a)		3	a)		0	a)
	2	b)		1	b)		1	b)
	1	c)		2	c)		2	c)
				0	d)			

Sumar los puntos, según las opciones marcadas en cada respuesta.

0 a 5 Puntos

Incipiente, sin avances relevantes.

6 a 11 Puntos

Con intenciones que pueden aportar valor a la empresa.

12 a 17 Puntos

Tiene un alto potencial para formalizar un programa de responsabilidad social.

17 a 25 Puntos

Hay un enfoque consistente sobre la responsabilidad social y sus potenciales beneficios.

¡Gracias!



Centro de
Especializaciones
Noeder

Conócenos más haciendo clic en cada botón

