



Introducción a la Responsabilidad Social

Manual básico

Marco Conceptual • Marco Normativo • Integración • Instrumentos y Herramientas
Evolución • ¿Qué hacer? • Comunicación • Buenas Prácticas





Javier Aureliano García Molina
Presidente de la Diputación Provincial de Almería



DIPUTACIÓN DE ALMERÍA

El tejido empresarial almeriense es una de las principales palancas del crecimiento económico, de la calidad de vida y del bienestar social que ha experimentado la provincia de Almería en los últimos años. Nuestras empresas son las mejores aliadas de instituciones como la Diputación Provincial, para la creación de oportunidades, riqueza y empleo y para que nuestra tierra siga siendo una sociedad acogedora, próspera y emprendedora, en definitiva, un lugar atractivo para vivir, invertir y desarrollar cualquier proyecto empresarial.

Nuestras empresas, además de garantizar el crecimiento socioeconómico y la estabilidad de la provincia de Almería, contribuyen de forma ejemplar a través de su actividad a construir una sociedad cada vez mejor, más justa, equitativa y con igualdad de oportunidades. Este es el espíritu que resume la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), una máxima a la que cada día dais forma con la aportación a la sociedad almeriense de vuestros recursos, tiempo, esfuerzo y sacrificio.

Este manual básico se convierte en una útil herramienta para aplicar todos los beneficios que la RSE concede a las empresas, valores compartidos por toda la sociedad como la conciencia medioambiental, la sostenibilidad, competitividad y, algo muy importante, la posibilidad de diferenciarse de los demás por medio de originales iniciativas de carácter solidario que inciden de forma directa en la mejora de la calidad de vida de los entornos sociales en los que se asientan las empresas.

En este manual se detalla de forma amena y didáctica el marco conceptual, normativo, y todo lo necesario para saber qué instrumentos, estrategias y evolución se requiere para aplicar la RSE en la actividad cotidiana de la empresa. Este documento se dirige principalmente a autónomos, microempresas, pymes, emprendedores, empresas, asociaciones, agentes sociales del territorio y a equipos de trabajo que quieran desarrollar o mejorar la competitividad de sus organizaciones gracias a la implantación de la RSE.

La Diputación de Almería desarrolla el Plan Provincial de Responsabilidad Social 2020-2023 como apoyo y fomento de la RSE en el marco europeo. Este gran proyecto se articula mediante diferentes acciones, como los Premios RSE con los que la Diputación reconoce públicamente a las empresas que realizan iniciativas y buenas prácticas en este campo; mediante jornadas informativas y formativas destinadas a Pymes, agentes sociales, corporaciones locales, personal de ayuntamientos...; cursos formativos online para empresas y agentes sociales o con la publicación y difusión de este manual.

La Diputación siempre estará al lado del sector empresarial para trabajar conjuntamente en grandes objetivos compartidos: igualar oportunidades entre almerienses, vivan donde vivan, y que la provincia de Almería sea una tierra fértil y atractiva para iniciativas que consoliden el empleo y la inversión económica que garantizan los altos índices de bienestar social que disfrutamos. Contamos con vosotros para cristalizar este objetivo y que la provincia de Almería siga siendo un referente de la acción social y de la sostenibilidad a través de sus empresas y uno de los mejores lugares del mundo en los que vivir.

Introducción a la Responsabilidad Social

Manual básico

Marco Conceptual • Marco Normativo • Integración • Instrumentos y Herramientas
Evolución • ¿Qué hacer? • Comunicación • Buenas Prácticas

Contenido

- PRESENTACIÓN 01
MARCO CONCEPTUAL
- INTRODUCCIÓN
- FINALIDAD 02
MARCO NORMATIVO
- BENEFICIARIOS
- 03
¿CÓMO SE INTEGRA LA RSE EN LA EMPRESA?
- 04
INSTRUMENTOS Y HERRAMIENTAS DE GESTIÓN
DE REFERENCIA DE LA RSE
- 05
EVOLUCIÓN DE LA RSE A LA SOSTENIBILIDAD (AGENDA 2030)
- 06
¿QUÉ DEBEN HACER LAS EMPRESAS PARA INTEGRAR LOS ODS?
- 07
IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN RSE
- 08
BUENAS PRÁCTICAS DE RSE

Anexos

- TERMINOLOGÍA BÁSICA DE RSE
- MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESPECIALIZADOS EN RSE
- RECONOCIENDO LA RSE
- FUENTES DE INFORMACIÓN Y BIBLIOGRAFÍA



INTRODUCCIÓN

La “**Responsabilidad Social Empresarial**”, en adelante RSE, supone para la empresa un vehículo de competitividad, sostenibilidad y cohesión social, y, por tanto, una vía para entender el negocio como algo que no tiene que ver con la cuenta de resultados, sino también con la forma de obtenerlos. Todo ello se materializa en la generación de valor compartido y confianza en el largo plazo, a través de la integración y gestión voluntaria de los riesgos y oportunidades derivados del desarrollo económico, social y medioambiental.

En las últimas décadas, el comportamiento de las empresas está evolucionando hacia una competitividad empresarial basada en una **gestión responsable**, que permita no solo la obtención de beneficios económicos, sino también actuaciones que favorezcan su entorno social y ambiental gestionando los impactos de sus actividades.

En este sentido, la aplicación de la RSE en la empresa tiene como objetivo invertir en su futuro, ya que ese compromiso voluntario adoptado por la empresa contribuye a incrementar su rentabilidad, competitividad y permanencia en el mercado, además de ser la contribución empresarial al desarrollo sostenible.

A pesar de que, hasta ahora, el fomento de la Responsabilidad Social Empresarial ha correspondido fundamentalmente a algunas grandes

empresas o sociedades multinacionales, la RSE es importante en todos los tipos de empresas y en todos los sectores económicos, desde las pymes a las empresas multinacionales. El aumento de su puesta en práctica en las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, es fundamental, porque son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo. Muchas pymes ya han asumido su Responsabilidad Social, sobre todo a través de su participación en el entorno próximo, en lo local. Por lo que se hace necesario, además, una mayor sensibilización y apoyo a la difusión de prácticas de RSE.

Como consecuencia de ello, la Diputación de Almería ha elaborado este Manual, el cual pretende ser un instrumento eficaz para que las pymes almerienses avancen hacia el camino de la sostenibilidad, una nueva forma de pensar y de hacer que busque la transformación de la empresa en un modelo comprometido con su entorno, con el fin de lograr un equilibrio entre el desarrollo económico, social y medio ambiental de las comarcas y municipios de la provincia.

En definitiva, este Manual de Introducción a la Responsabilidad Social Empresarial pretende ser una herramienta práctica, de fácil consulta y esquemática para mayor comprensión de aspectos relacionados con la RSE.

“
En la estrategia empresarial se incluyen prácticas correctas en materia de aprendizaje permanente, organización del trabajo, igualdad de oportunidades, inclusión social y desarrollo sostenible.
”



FINALIDAD

La finalidad principal de este Manual es familiarizar a las pymes con el concepto de Responsabilidad Social, informándolas, sensibilizándolas y poniendo a su disposición esta herramienta como recurso o medio para hacerlas avanzar en su camino hacia la sostenibilidad, así como resaltar los beneficios que proporciona la RSE.

BENEFICIARIOS

El Manual de Introducción a la RSE está dirigido principalmente a:

Autónomos

Microempresas

Pymes

Emprendedores

Empresas, asociaciones y equipos de trabajo que quieran

desarrollar o mejorar la competitividad de sus organizaciones y que vean la oportunidad de implantar en ellas la Responsabilidad Social.

Agentes sociales del territorio



1. MARCO CONCEPTUAL

1.1. ¿Sabes lo que significan las siglas RSE o RSC?

Ambos conceptos tienen el mismo significado. La **RSE** hace alusión específicamente a la Responsabilidad Social de las Empresas. Y las siglas **RSC** hacen alusión al mismo concepto, aunque referido a la Responsabilidad Social de cualquier Corporación. Dicho término, “**Corporación**”, se puede definir como: una compañía, un grupo de personas o una organización autorizadas para operar como una sola entidad (persona jurídica). Este es un concepto global en el que se incluye desde empresas, organizaciones públicas, u organizaciones privadas con o sin ánimo de lucro.

En este Manual se utilizarán las siglas **RSE** ya que los destinatarios de esta serán pequeñas y medianas empresas principalmente.



1.2. ¿Cuál es el origen de la RSE?

El origen de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) referido exclusivamente a empresas, hay que buscarlo en la Cumbre del Consejo Europeo de marzo del 2000, celebrada en Lisboa. El concepto de RSE ha ido evolucionado desde el s. XIX y la primera mitad del s. XX debido a los diferentes elementos de cambio a lo largo del tiempo. Este evento supone el punto de partida de la necesidad de incluir en la estrategia empresarial prácticas correctas en materia de aprendizaje permanente, organización del trabajo, igualdad de oportunidades, inclusión social y desarrollo sostenible.

En esta cumbre aparece el **Libro Verde** de la UE para el fomento de un marco europeo para la RSE de las empresas, donde se estableció una serie de recomendaciones bajo la denominación genérica de “Sentido de la Responsabilidad Empresarial de las Empresas Europeas”, con el objetivo estratégico de convertir a la Unión Europea en «una economía capaz de crecer económicamente de manera sostenible, con más y mejor ocupación y con mayor cohesión social».

Actuaciones recientes en materia de RSE, dentro de la Comisión Europea, se materializan en el “**Marco de la Estrategia de RSE, Europa 2020**”, con iniciativas para el impulso a la RSE ante la aceleración de cambios globales que plantean nuevos retos a medio y largo plazo.

La base del nuevo modelo, según la Unión Europea, es un “**crecimiento inteligente, sostenible e integrador**” cuyos objetivos son el empleo, la innovación y desarrollo, las emisiones y eficiencia energética, la educación y la pobreza.

1.3. ¿Qué se entiende por RSE?

A pesar de que no existe una definición única, sí existe un acuerdo general de todas las organizaciones sobre la RSE, entendiendo que esta es voluntaria, que va más allá del cumplimiento de las obligaciones legales de las empresas y se extiende a todas las operaciones donde quiera que desarrollen su actividad.

Según el **Libro Verde** de la Comisión Europea, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial implica “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”. Además, señala que ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.

A nivel nacional, han sido diversos organismos los que han tratado de aportar una definición lo más consensuada posible de este término, a partir de la perspectiva europea e internacional que existe de la misma.

Según el **Foro de Expertos en Responsabilidad Social Empresarial del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales**, “la RSE es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos, que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”.

Sobre la base de las diferentes definiciones existentes, se puede decir que el concepto de RSE abarca una triple dimensión: económica, social y ambiental. Considerando de suma importancia la generación de valor para todos sus grupos de interés o *stakeholders*⁽¹⁾.

(1) Los grupos de interés o stakeholders son definidos por Freeman (1983) como los grupos o individuos que afectan o se ven afectados por la actividad tendente al logro de los objetivos de la compañía.

En resumen, la RSE se caracteriza por:

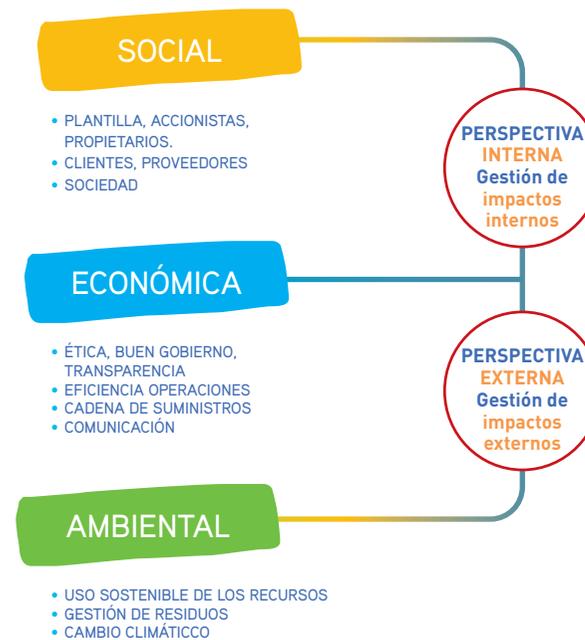
- › Ser un concepto global y transversal que afecta a los distintos ámbitos de gestión de la empresa e implica un compromiso de la dirección.
- › Comprometerse con iniciativas voluntarias que van más allá de lo exigido por la normativa.
- › Estar integrada en la gestión y estrategia empresarial. No son acciones aisladas ni puntuales, sino que tienen vocación de permanencia.
- › Desarrollar actuaciones en beneficio de los Grupos de Interés con los que se relaciona la empresa.
- › Gestionar los impactos.
- › Estar relacionada con la ética, la coherencia y con la transparencia informativa.



1.4. Ámbitos de la RSE

La RSE abarca tres grandes áreas temáticas sobre las que la empresa desarrolla sus actividades y comportamientos responsables y, sobre las que debe crear valor para garantizar su sostenibilidad a medio y largo plazo. Esas dimensiones son: la **económica**, la **social** y la **medioambiental**.

La RSE abarca tres dimensiones sobre las que la empresa desarrolla sus actividades y comportamiento responsable...



... y en las que debe crear valor para garantizar su sostenibilidad a medio y largo plazo.

1.5. Principios de la RSE

La idea de que una empresa u organización adopte una conducta socialmente responsable surge de la necesidad de su contribución al desarrollo sostenible, toda organización debería tener esto cuenta para maximizar dicha contribución. La ISO 26000 aconseja adoptar, como mínimo, estos siete principios, a fin de facilitar la integración de la Responsabilidad Social en toda la organización. La importancia de estos principios es la misma, es decir, ninguno tiene prioridad sobre otro.

› **1 Rendición de cuentas.** La organización o empresa debe rendir cuentas por los impactos económicos, sociales y ambientales de su actuación, lo cual también implica asumir responsabilidad por sus impactos negativos y el compromiso de tomar las medidas pertinentes para repararlos y evitar repetirlos.

› **2 Transparencia.** Se aconseja a las empresas ser transparentes en aquellas actividades que desarrolla y afectan a la sociedad y al medio ambiente.

› 3 Comportamiento ético.

Para tener un impacto verdaderamente positivo en el desarrollo sostenible, la organización debería regirse por criterios de honestidad, equidad e integridad, lo que significa que la empresa no debería perseguir

únicamente el beneficio económico, sino también tratar de maximizar los impactos positivos en su entorno social y medioambiental, y minimizar los negativos.

› **4 Respeto a los intereses de las partes interesadas.** La empresa debería respetar y atender los intereses y requerimientos de las partes interesadas. La ISO 26000 recomienda tener en cuenta a estos grupos de interés a la hora de operar y tomar decisiones.

› **5 Respeto al principio de legalidad.** Ningún individuo y/u organización están por encima de la ley y, por ende, no tienen la potestad de actuar por fuera de sus marcos. Así, todas las instituciones deben cumplir las leyes y regulaciones aplicables, también en materia de Responsabilidad Social.

› **6 Respeto a la normativa internacional de comportamiento.** Yendo más allá del cumplimiento de la ley de los países en los que opera, la ISO 26000 invita a respetar la normativa internacional de comportamiento aun cuando la normativa nacional, a la que esté sujeta, no contemple las salvaguardas sociales y medioambientales.

› **7 Respeto a los derechos humanos.** La empresa debería respetar los derechos humanos, así como reconocer su importancia y universalidad, es decir, que estos derechos son aplicables a todos los individuos de todos los países y culturas. Y, en el caso de que los derechos humanos no sean garantizados en su ámbito de actuación, bien sea por un vacío legal o por prácticas inadecuadas, la organización debería hacer todo lo que esté a su alcance para respetar y proteger esos derechos.

La RSE se rige por los principios:



1.6. Principales materias de la RSE

Las siete materias fundamentales de RSE que toda empresa debería considerar en su estrategia de integración de la Responsabilidad Social, son:

- Gobernanza de la organización: todo debe, en principio, apoyarse en los criterios y procesos de gobierno de esta.
- Derechos humanos.
- Prácticas laborales.
- Medio ambiente.
- Prácticas justas de operación: referidas a corrupción, competencia, cadena de valor, etc.
- Asuntos de consumidores.
- Participación activa en la comunidad y desarrollo de la misma.

Estas materias son, de algún modo, los ámbitos en los que la empresa debe centrar su atención a la hora de tratar de actuar responsablemente.

La RSE afecta a distintos ámbitos de gestión de la empresa:



1.7. ¿Qué no es la RSE?

La RSE no es:

- Realizar acciones de patrocinio y mecenazgo aisladas a la estrategia de la empresa.
- Hacer donaciones puntuales.
- Establecer estrategias de Marketing tendentes al lavado de imagen "Greenwashing".
- Olvidar los objetivos de la empresa para centrarse solo en objetivos sociales.
- Realizar acciones de filantropía.
- Acatar solo la Ley o Convenios.
- Desarrollar una estrategia de RSE sin la perspectiva de sostenibilidad y a corto plazo.

Las actividades desarrolladas en el marco de la RSE han de:

- Estar vinculadas a la actividad de la empresa.
- Tener una vocación de permanencia.
- Implicar un compromiso de la alta dirección.
- Ser comunicadas.

1.8. Ventajas de integrar la RSE

- PREVIENE LOS RIESGOS POTENCIALES
- MEJORA DE LA IMAGEN CORPORATIVA Y REPUTACIÓN
- FAVORECE EL CLIMA LABORAL Y LA PRODUCTIVIDAD
- PROPICIA LA CAPACITACIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO
- AUMENTA LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES
- MEJORA LA EFICIENCIA ENERGÉTICA Y LA INNOVACIÓN
- FACILITA LA OBTENCIÓN DE RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS
- PREFERENCIA PARA LA CONTRATACIÓN PÚBLICA

1.9. Grupo de Interés (o Stakeholders) de la empresa.

Los *grupos de interés* se definen como todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y, por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de éstas⁽²⁾.

Los *grupos de interés* son grupos de personas dentro de una empresa, (en inglés se conocen como *stakeholders*), que tienen objetivos propios, **PROPIETARIOS, PLANTILLA, DIRECTIVOS**, de manera que la consecución de estos está vinculada con la actuación de la empresa. Y los grupos de personas externos son aquellos que influyen en la empresa, **CLIENTES, PROVEEDORES, AGENTES SOCIALES, COMUNIDAD, COMPETENCIA**.

1.10. Los beneficios de las relaciones con los Grupos de Interés.

Las relaciones con los *grupos de interés* o *stakeholders* efectiva y estratégicamente alineadas sirven para:

- Facilitar una mejor gestión de los riesgos y reputación.
- Permitir que las empresas aprendan de sus grupos de interés, lo que genera mejoras de productos y procesos.
- Desarrollar la confianza entre la empresa y sus grupos de interés.
- Posibilitar la comprensión del contexto complejo de los negocios, incluso el desarrollo de mercados y la identificación de nuevas oportunidades estratégicas.
- Informar, educar e influenciar a los grupos de interés y al entorno empresarial para mejorar sus procesos de toma de decisiones y las acciones que afectan a las empresas y a la sociedad.
- Conducir a un desarrollo social más equitativo y sostenible al brindar una oportunidad de participar en los procesos de toma de decisiones a quienes tienen derecho a ser escuchados.
- Los beneficios de las relaciones con los Grupos de Interés o Stakeholders.

(2) Freeman,1983

2. MARCO NORMATIVO

La Comisión y el Consejo de la Unión Europea en 2001 manifestaron reiteradamente su intención de fomentar y promocionar la Responsabilidad Social de las empresas europeas, de tal modo que en todos los Estados miembros la RSE se desarrollase siguiendo las mismas directrices, entre las cuales destacan:

MARCO EUROPEO

Libro Verde	2001
Estrategia Unión Europea de RSE	2011
Estrategia de la UE de RSE	2020

En España, fue oficialmente, a partir del año 2007 cuando la Responsabilidad Social de las empresas españolas tomase cuerpo como tema relevante del debate legislativo. Desde ese año se han desarrollado diferentes normativas relacionadas con la RSE, como:

MARCO ESPAÑOL INSTITUCIONAL

Subcomisión parlamentaria (Ministerio de Trabajo)	2005
Foro de Expertos de RSE del Ministerio de Trabajo	2005
Libro Blanco de RSE	2006
Mesa de diálogo social	2007
Consejo Estatal de RSE (CERSE, Ministerio de Empleo)	2009
Ley de Sociedades de Capital	2010

sigue >>

Continuación MARCO ESPAÑOL INSTITUCIONAL

Ley de Economía Sostenible	2011
Ley de Transparencia, Acceso Información Pública y Buen Gobierno	2013
Estrategia Española de RSE	2014-2020
Ley 11/2018 de Información No Financiera y Diversidad	2018
Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público	2017
Ley 3/2007 de Igualdad efectiva de mujeres y hombres y sus actualizaciones: R.D. Ley 6/2019 de medidas urgentes para garantizar la igualdad de trato, y el R.D. 901/2020, por el que se regulan los planes de igualdad y su registro.	2007 2019 2020
Proyecto Ley, 5/2020 de Cambio Climático y transición energética	2020

Las principales iniciativas privadas en materia de responsabilidad en España son:

ENTIDADES PRIVADAS

Forética (Asociación de Empresas)	1999
Red de Pacto Mundial de España	2004
Observatorio de RSC	2004



3. ¿CÓMO SE INTEGRA LA RSE EN LA EMPRESA?

Para incorporar la RSE en la práctica empresarial, es necesario realizar un importante trabajo previo, en el cual habría que realizar:

DIAGNÓSTICO INTEGRAL DE LA EMPRESA, por lo que previamente a la elaboración de los diferentes elementos del sistema de gestión de RSE, será necesario:

- Realizar un auto diagnóstico del punto de partida y determinar la situación actual de la gestión de la empresa, basado en las buenas prácticas que ya viene realizando en materia de RSE.
- Identificar los diferentes grupos de interés de la empresa, así como sus expectativas y necesidades.
- Identificar los impactos negativos (reales y potenciales) a nivel social, ambiental y económico estableciendo una debida diligencia sobre las actividades y decisiones de la empresa para evitar o mitigar dichos impactos.
- Realizar un análisis de materialidad de los asuntos más relevantes.

A partir de ahí, con los resultados del diagnóstico se debe definir:

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD o marco de referencia, cuyos elementos a destacar podrían ser:

- **Declaración de principios e intenciones**
- **Política de RSE**
Emitida por la Dirección de la Empresa
Comunicada a todos los Grupos de Interés
- **Código ético y de conducta**
Misión, visión y valores de la empresa
Comportamientos de la plantilla (valores y cultura)

EJES ESTRATÉGICOS DE SOSTENIBILIDAD, para priorizar los asuntos relevantes de sostenibilidad de acuerdo con la estrategia integral definida.

PLANES DE ACCIÓN DE RSE Y SOSTENIBILIDAD

- Definir los compromisos y metas relacionadas con la estrategia de sostenibilidad.
- Establecer los indicadores relacionados con la gestión ambiental, social y de buen gobierno o gobernanza.
- Definir las actividades
- Establecer los responsables de ejecución y recursos
- Tomar conciencia de las obligaciones y responsabilidades para optimizar

los procesos internos y conseguir los objetivos de la empresa, desde las perspectivas:

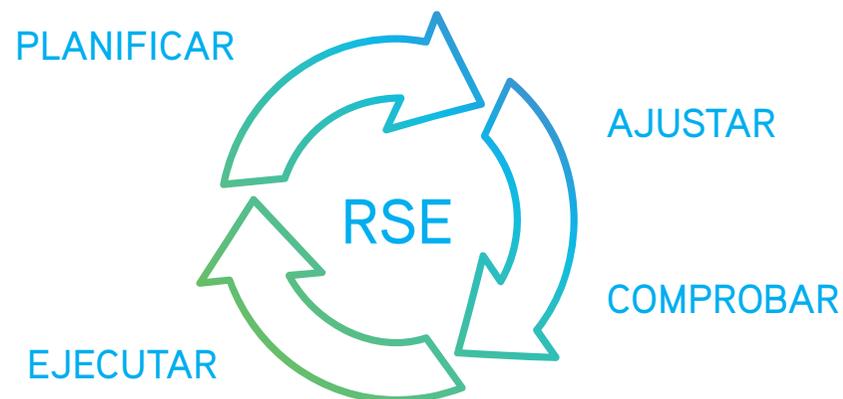
- Financiera
- Procesos internos
- Clientes
- Innovación y aprendizaje (RRHH)
- Medio ambiente
- Social
- Competencia

IMPLANTACIÓN en todas las áreas de la estructura de la empresa y a todos los niveles.

SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN PARA LA MEJORA CONTINUA a través de un análisis periódico/ajustes necesarios para la evaluación y aprendizaje.

COMUNICACIÓN. Confianza, mejores resultados, comunicación.

Gráficamente:



CICLO DE MEJORA CONTINUA



1 DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

A través de un análisis interno y externo.



2 PLANIFICACIÓN

Estrategia (misión, visión y valores, políticas, etc.) y operativas (objetivos, metas, planes de acción, responsabilidades).



4 IMPLANTACIÓN

Formalización y adaptación al cambio, control documental.



3 PREPARACIÓN

Mediante la presentación, compromiso, responsabilidad y planificación.



5 SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN

Indicadores, evaluación.



6 COMUNICACIÓN

Estrategia y plan de comunicación, informes de Sostenibilidad o de RSE.



7 REVISIÓN Y MEJORA

A cargo de la dirección para los ajustes y su mejora.

4. INSTRUMENTOS Y HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE REFERENCIA DE LA RSE

Actualmente existen numerosas metodologías, certificados, normas, guías, etc. relacionadas con la RSE, de carácter nacional e internacional que, de una manera más concreta o transversal, pretenden facilitar la incorporación y la sistematización de una gestión responsable a las empresas basada en una mejora continua.

En este Manual se presentan diferentes instrumentos que nos muestran cómo poder avanzar hacia herramientas y mecanismos más fáciles y atractivos para las pymes. A continuación, se muestra una descripción de las más importantes:

- **Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative, GRI)**

Es uno de los principales estándares internacionales para elaborar memorias de sostenibilidad. Es de uso voluntario. Está destinada a empresas u organizaciones que deseen comunicar el desempeño económico, social y ambiental de sus actividades, productos y/o servicios.

Los estándares GRI están concebidos para facilitar y aumentar la calidad de la elaboración de las memorias de sostenibilidad en todo tipo de empresas, y garantizar la comparabilidad, el rigor, la credibilidad, la periodicidad y la verificabilidad.

El coste es gratuito, las empresas pueden utilizar el modelo, la herramienta y el sello sin ningún tipo de cargo. La auditoría o verificación es optativa.

Su implantación se basa en varios indicadores, categorizados por áreas. Se fundamenta en dos principios: el diálogo con los grupos de interés para saber qué esperan de la organización y la identificación de los temas más importantes que hay que abordar (materialidad).

Más información: www.globalreporting.org

- **Social Accountability 8000 (SA 8000)**

Es un estándar de gestión voluntario elaborado por SAI (Social Accountability International) de las Naciones Unidas, publicado en 1997, sobre las condiciones de trabajo y un sistema de control independiente para la producción de bienes y servicios de forma ética, así como con unas condiciones laborales adecuadas. Es auditable para verificación de tercera parte y para cualquier tipo de empresa u organización a nivel mundial.

Los elementos fundacionales de esta Norma se basan en la Declaración de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo, las normas internacionales sobre derechos humanos y las leyes nacionales del trabajo.

Más información: info@sa-intl.org

- **Pacto Global de Naciones Unidas**

El Pacto Global fue anunciado en el Foro Económico Mundial de Davos (Suiza), año 2000. Es una iniciativa internacional que promueve implementar los Diez Principios universalmente aceptados para



promover el desarrollo sostenible en las áreas de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas. Desde 2015, también se incluye el apoyo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. El Pacto Mundial es un marco práctico para desarrollar, implementar y divulgar políticas y prácticas de sostenibilidad empresarial, ya que ofrece a sus firmantes una amplia gama de recursos y herramientas de gestión para establecer modelos de negocio y desarrollo sostenible. Es una iniciativa muy extendida entre entidades con presencia internacional.

La utilización del modelo como referencia es gratuita. Si se desea ser miembro de la red de empresas firmantes y tener acceso a todas las herramientas disponibles, el coste varía en función de la dimensión de la organización.

Se puede obtener un sello que reconoce que la empresa está comprometida con una iniciativa universal de Responsabilidad Social Empresarial. Su certificación es opcional.

Más información: www.pactomundial.org

- **ISO 26000 sobre Responsabilidad Social Empresarial (ISO 26000)**

Es la primera norma verdaderamente universal de Responsabilidad Social, es voluntaria y brinda directrices sobre los principios, materias fundamentales y asuntos relacionados con la RSE y el fomento del desarrollo sostenible. Es una norma no certificable.

Si bien existen principios y prácticas individuales de Responsabilidad Social, la norma ISO 26000 es la que nos ofrece una guía detallada para poder amoldarla a la gestión de toda empresa, armonizando con los acuerdos internacionales y velando por el cumplimiento de las leyes nacionales.

Mas información: www.iso.org

- **SGE21 (Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable)**

Es la primera norma europea que permite implantar, auditar y certificar un sistema de gestión ética y socialmente responsable. Es una herramienta útil para integrar los aspectos ambientales, sociales y de buen gobierno en la gestión de empresas y organizaciones de todo tipo. La SGE 21 desarrolla los requisitos que permiten establecer, implantar y evaluar en las organizaciones el Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, propuesto por Forética.

Para la dirección de la organización, implantar este sistema supone un convencimiento de su capacidad de generar un liderazgo responsable. Se adapta a todo tipo de organizaciones, desde micro, pymes hasta grandes multinacionales, así como sectorialmente desde la producción industrial manufacturera hasta la prestación de servicios. El coste es variable en función de la dimensión de la empresa.

Es un sistema de gestión ética, con un esquema similar al ISO,

compuesto de 9 áreas, que corresponden a los principales grupos de interés de una organización: alta dirección, personas que integran la organización, clientes, proveedores, entorno ambiental, entorno social, inversores, competencia y administraciones públicas.

Se obtiene un Certificado y sello SGE 21. Requiere auditoría externa.

Mas Información: www.foretica.org

- **IQNet SR10**

Es un modelo internacional de gestión y mejora para integrar la gestión responsable y sostenible en la estrategia y en la gestión empresarial. Es certificable. Recoge las mejores prácticas, principios y recomendaciones internacionales de la ISO 26000, de la Organización Internacional del Trabajo y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Pacto Mundial y otras. Además, complementa y facilita sinergias para la elaboración de informes de sostenibilidad y RSE (GRI).

Se puede aplicar a cualquier tipo de entidad: empresas, administraciones, entidades sin ánimo de lucro, etc. El coste es variable en función del tamaño de la empresa.

El modelo se basa en el diálogo con los diferentes grupos de interés.

Se analizan aspectos en los ámbitos siguientes: gobernanza, impactos sociales, laborales, ambientales y económicos, u otros como la comunicación o la competencia. Se obtiene el certificado IQNet SR10 y requiere auditoría.

Mas información: www.iqnet-certification.com

RESUMEN Y COMPARATIVA DE LAS HERRAMIENTAS Y NORMAS DE GESTIÓN DE RSE

HERRAMIENTAS Y NORMAS	PROCEDENCIA	CERTIFICABLE	PILAR BASE	GRUPOS INTERÉS	DOCUMENTO RESULTANTE	WEBS DE REFERENCIA
GRI	Internacional	Si	Desarrollo Sostenible	Alta implicación	Memoria de Sostenibilidad	www.pactomundial.org
SA8000	Internacional	Si	Condiciones de trabajo	Escasa implicación	Código de Conducta	info@sa-intl.org
PACTO GLOBAL	Internacional	No	Principios Naciones Unidas	Alta implicación	Informe de Progreso	www.pactomundial.org
ISO26000	Internacional	No	Desarrollo Sostenible	Alta implicación	Sistema de Gestión de RSE	www.iso.org
SGE 21 FORÉTICA	Española	Si	Gestión ética y socialmente responsable	Alta implicación	Sistema de Gestión de RSE	www.foretica.org
IQNet SR10	Internacional	Si	Desarrollo Sostenible	Alta implicación	Sistema de Gestión de RSE	www.iqnet-certification.com

5. EVOLUCIÓN DE LA RSE A LA SOSTENIBILIDAD (AGENDA 2030)

La Responsabilidad Social de las Empresas ha ido evolucionando con el tiempo ampliando el radio de acción de sus grupos de interés más cercanos hasta el concepto del **desarrollo sostenible**⁽³⁾, que implica a las personas, las economías y los ecosistemas con un sentido de futuro. Así, se ha avanzado desde trabajar la Responsabilidad Social hasta apostar por que las empresas sean actores clave del desarrollo sostenible, lo que les permite, al mismo tiempo, apuntalar y dar nuevas oportunidades a sus negocios.

A nivel conceptual, los términos RSE y Desarrollo Sostenible confluyen en torno a sus tres dimensiones de actuación:

Dimensión Económica

Dimensión Ambiental

Dimensión Social

Esto se traduce, en la práctica, en lo que se conoce como Triple Cuenta de Resultados, que implica que una empresa, para sobrevivir en el entorno actual, debe resultar económicamente viable, ser medioambientalmente sostenible y socialmente responsable.



5.1. Pacto Mundial de Naciones Unidas

El Pacto Mundial de Naciones Unidas es la mayor iniciativa de Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible del mundo. Su objetivo es acompañar a las empresas en la incorporación de una gestión ética que se articula en dos pilares: los **Diez Principios y la Agenda 2030**.



- 1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos.
- 2 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.
- 3 Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva.
- 4 Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- 5 Apoyar la erradicación del trabajo infantil.
- 6 Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.
- 7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.
- 8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- 9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente
- 10 Trabajar contra la corrupción en todas sus formas.

(3) Concepto acuñado en 1987 por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, en un documento titulado Informe Brundtland.

“El desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para solventar sus propias necesidades”.

5.2. Diez Principios se estructuran en cuatro áreas:

Son principios de carácter universal que pueden aplicarse a cualquier tipo de organización, independientemente de su tamaño, sector de actividad o lugar de operaciones.

Para el Pacto Mundial, la sostenibilidad de una empresa comienza cuando enfoca su gestión a hacer negocios basándose en los Diez Principios. Son los estándares mínimos de un comportamiento empresarial responsable que le otorgarían a la empresa la licencia para operar.



5.3. La Agenda 2030

En septiembre de 2015 la Asamblea General de Naciones Unidas aprobó la **Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible**: un plan de acción en favor de las personas, el planeta, la prosperidad y la paz universal. Cuenta con **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** y 169 metas concretas a desarrollar con horizonte 2030. El sector privado está llamado a jugar un papel central en esta hoja de ruta, que constituye al mismo tiempo una responsabilidad y una oportunidad sin precedentes para alinear los objetivos del negocio con los de la equidad y la sostenibilidad.



De hecho, el papel de las pequeñas y medianas empresas se considera clave para asegurar la prosperidad de los territorios, generar empleo, ofrecer oportunidades de formación y desarrollo de carreras profesionales y, por tanto, conseguir la erradicación de desigualdades.

ACCESO A NUEVOS MERCADOS

Contribuir con los ODS permite a la pyme acceder a nuevos segmentos de mercado que serán claves en la economía del futuro, como son las nuevas tecnologías, la economía circular, los negocios inclusivos, las energías renovables o la economía ecológica.

AHORRO DE COSTES

Uno de los beneficios más convincentes es el ahorro de costes como por ejemplo los relacionados con los ODS medioambientales como el 6 y 7, que inciden en el ahorro energético y de agua.

GENERACIÓN DE ALIANZAS CON OTROS ACTORES Y NEGOCIO CON GRANDES EMPRESAS

Las grandes empresas reclaman proveedores que estén alineados con criterios sostenibles como la Agenda 2030. Las pymes que contribuyan a la Agenda 2030 verán incrementadas sus oportunidades para cerrar acuerdos con grandes empresas y mantener negocios que ya tienen con ellas.

MAS FACILIDADES PARA CONTRATAR CON EL SECTOR PÚBLICO

La Administración también tiene en cuenta criterios relacionados con la sostenibilidad a la hora de conceder subvenciones o realizar contratos con empresas. Ejemplo de ello lo encontramos en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, en la que se incluyen aspectos medioambientales o sociales como criterios para la adjudicación de contratos a las empresas. Algunas de ellas pueden ser la implantación de un plan de igualdad de género o la aplicación de criterios éticos y de Responsabilidad Social a la prestación contractual, entre otros ejemplos.

MEJORA DE LA REPUTACIÓN Y AUMENTO DE LA CONFIANZA DE LA MARCA

Invertir en desarrollo sostenible también puede ayudar a la pyme a mejorar la reputación e imagen de su empresa ya que cada vez más consumidores valoran este hecho. Aunque también contribuir a los ODS no mejorará solo la reputación de cara al exterior, sino también respecto a sus grupos de interés internos, como son las personas empleadas, que verán en su trabajo el propósito adicional de construir un mundo más sostenible.

ADELANTARSE A NORMATIVAS

Se espera que en los próximos años se produzca un aumento de estrategias y normativas en materia de sostenibilidad lo que se traducirá en mercados que consideren cada vez más las actuaciones ambientales o sociales de las empresas. Las empresas que integran los ODS en su modelo de negocio encontrarán más fácil su adaptación a las nuevas normativas. Las que ya están en vigor, algunas de las cuales irán progresivamente extendiendo su margen de acción (se indican en el apartado de cumplimiento normativo siguiente).

6.2. ODS y cumplimiento normativo en materia de Sostenibilidad

A continuación se indican algunas de las principales normativas relacionadas con la responsabilidad social y la sostenibilidad que afectan a las pymes directa o indirectamente con indicación de su relación con los ODS.



LEY DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA Y DIVERSIDAD

El día 29 de diciembre de 2018 entró en vigor la Ley de Información no financiera (Ley 11/2018). Esta Ley es de obligado cumplimiento para empresas de determinada dimensión; no obstante el hecho de obligar a estas a reportar, entre otras, las prácticas de compromiso social y medioambiental puede afectar, de manera colateral, a empresas de pequeña y mediana dimensión que sean proveedoras de la primera en la cadena de suministro. Más allá de un ejercicio de transparencia, esta Ley impulsa la generación de iniciativas y políticas de gestión en torno a los aspectos a publicar, es decir, respecto a la RSE en su conjunto. La Ley además incluye los ODS y el Pacto Mundial como marcos en los que pueden apoyarse las organizaciones para elaborar sus informes no financieros.

¿Qué empresas están obligadas?

Las Sociedades de Capital y Grupos con un número medio de trabajadores mayor de 500 y uno de estos dos criterios:

CRITERIO I: Entidades de Interés Público

CRITERIO II: 2 de 3 requisitos durante 2 años consecutivos

- › Activo mayor de 20 millones de euros
- › Cifra de negocios mayor de 40 millones de euros
- › Número medio de trabajadores del ejercicio mayor de 250

CESE DE OBLIGACIÓN A LOS 2 AÑOS
CONSECUTIVOS DE NO CUMPLIR REQUISITOS

TAMBIÉN APLICABLE A GRUPOS DE
SOCIEDADES DE RECIENTE CONSTITUCIÓN

Destacar que pasados 3 años de su entrada en vigor, será aplicable a empresas de más de 250 trabajadores (año 2021), que sean Entidades de Interés Público o bien cumplan uno de los criterios de activos o cifra de negocios expuestos anteriormente.

LEY DE CONTRATOS DEL SECTOR PÚBLICO



La Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, tiene su origen en la "Estrategia Europa 2020", cuya intención es lograr un crecimiento inteligente, sostenible e integrador. Dentro de esta han surgido diversas iniciativas entre las cuales se contempla la adaptación de la gestión de los recursos públicos como manera de involucrar también al área pública en la evolución de las prácticas empresariales. En España, dicha estrategia se ha traducido, entre otras acciones, en esta Ley de Contratos del Sector Público.

Los criterios especiales de la contratación se aplican en el momento de adjudicación y ejecución:

CRITERIOS SOCIALES

ADJUDICACIÓN

Selección del proveedor

Puntos adicionales en la valoración o criterio de desempate.

CRITERIOS AMBIENTALES

EJECUCIÓN

Condición para la realización del servicio

Supervisión del cumplimiento de las condiciones.



LEY DE IGUALDAD

El Real Decreto-Ley 6/2019, en vigor desde el día 8 de marzo, modifica la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, de igualdad, incluyendo a las empresas con más de 50 personas trabajadoras en la obligación de implantar un Plan de Igualdad. Dentro de la Agenda 2030, es el ODS 5 quien se ocupa de la igualdad de género, pero también el ODS 8 pretende de aquí al 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.

La norma establece distintos **plazos para aprobar dicho plan**⁽⁴⁾:

PRIMER AÑO
(2019)
250-150
PERSONAS

SEGUNDO AÑO
(2020)
150-100
PERSONAS

TERCER AÑO
(2021)
100-50
PERSONAS

Adicionalmente, el Real Decreto Ley mantiene la obligación para entidades que estén en sectores donde los convenios colectivos ya contemplaban la obligación de realizar un plan de igualdad, y para las empresas que se han visto obligadas por un procedimiento sancionador a su elaboración.

Con referencia a esta materia, el **Consejo de Ministros ha aprobado el Decreto de 13 de octubre de 2020 sobre igualdad retributiva entre mujeres y hombres**. Una norma de “transparencia retributiva” por la que las empresas con más de **50 personas empleadas** deberán publicar las tablas salariales de toda la plantilla, incluido el personal directivo, en un máximo de seis meses desde su inmediata publicación en el BOE, con el objetivo de corregir las desigualdades de género en el mundo laboral.

El registro retributivo deberá incluir los valores medios de los salarios, los complementos salariales y las percepciones extrasalariales de la plantilla desagregados por sexo.

(4) Actualmente, nos encontramos en el segundo año (marzo 2020-2021)



Aspectos sociales y ambientales que se valoran en las licitaciones:

ASPECTOS SOCIALES

Inserción sociolaboral de personas con discapacidad

Planes de Igualdad

Aplicación de criterios éticos y de responsabilidad social

ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES

Empleo de medidas de eficiencia energética

Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero

Utilización de energías renovables

LA FUTURA LEY DE CAMBIO CLIMÁTICO



En los últimos años España ha sido el país de la UE donde más han aumentado las emisiones CO2. Desde 2011 se pretende aprobar la legislación sobre cambio climático que finalmente ha visto publicado su Anteproyecto de Ley de Cambio Climático y Transición Ecológica en febrero de 2019 y que actualmente (2020) está en la recta final de su tramitación administrativa.

El objetivo de esta Ley es crear un marco normativo e institucional para guiar el proceso de descarbonización de la economía de España a 2050.

En este Anteproyecto se fijan dos fechas para cumplir los objetivos de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), introducción de energías renovables y mejorar la eficiencia en el uso de la energía: 2030 y 2050.

La Ley de Cambio Climático y Transición Ecológica se unirá a una serie de normas medioambientales ya existentes, que pretenden mitigar nuestro impacto sobre el entorno natural, con la particularidad de que dicha Ley puede suponer para todas las empresas un cambio de paradigma en nuestros métodos de gestión y producción.

OBJETIVOS 2030

- Bajada de emisiones GEI 20 % respecto a 1990
- 70 % de generación eléctrica de renovables 3000 MW
- 35 % de consumo final de energía de renovables
- Mejora de eficiencia energética en un 35 %

OBJETIVOS 2050

- Bajada de emisiones GEI 90 % respecto a 1990
- Sistema eléctrico 100 % renovable
- Parque de turismos y vehículos comerciales ligeros sin emisiones de CO2



7. IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN RSE

En el proceso de comunicación en RSE, la empresa ya no puede ser solo un emisor de mensajes y contenidos, sino que también debe ser un receptor capaz de establecer canales de diálogo con sus grupos de interés que le permitan captar sus expectativas y necesidades.

Una comunicación de RSE, no debe interpretarse “como una forma de relaciones públicas que solo transmite la imagen de marca y la reputación” ni tampoco como un mero “**maquillaje corporativo**”. Informar a los grupos de interés sobre RSE no deja de ser un asunto más sobre el que debe reportar cualquier empresa, pero al que **a menudo se le presta poca atención**. No debemos perder de vista que, en este ámbito, el objetivo de las empresas ha de ser comunicar “**por qué realmente se hace RSE**”, y no, “**hacer RSE** para tener algo que comunicar”.

¿Cuál ha de ser la función de la comunicación de RSE?

La función principal de esta comunicación debe ser la de explicar **y no vender, siempre transmitiendo los valores reales de la empresa** que deben ir respaldados por acciones que los demuestren, de manera que se eviten brechas demasiado grandes entre las percepciones de los grupos de interés y la realidad. Y siempre sin perder de vista el enfoque estratégico de las acciones y en la comunicación de estas.

La comunicación de la RSE ha de estar adaptada a cada uno de los grupos de interés, pero sin dejar de mantener una **coherencia global cuya ausencia podría crear dudas sobre la sinceridad del compromiso con la RSE**.

Dar a conocer las buenas prácticas de una empresa puede reforzar su identificación con las partes interesadas, convirtiéndolas en algunas ocasiones en embajadoras y defensoras de la marca, especialmente en lo que concierne a las personas trabajadoras y consumidoras de los productos o servicios.

Además, la comunicación de la RSE puede tener un enorme poder no solo para informar, sino para desafiar e inspirar, y tal vez incluso para **educar a las personas consumidoras** sobre los retos a los que se enfrenta la sociedad y las diferentes formas en que estos pueden desempeñar su papel.

Dicha educación y concienciación son totalmente necesarias si queremos que se genere una “**cultura**” de **desarrollo sostenible** entre todas las personas consumidoras que afronte de manera decidida y efectiva los problemas sociales, ambientales y económicos tanto actuales como futuros.

¿Cómo comunicamos nuestras prácticas responsables?

Comunicar las prácticas llevadas a cabo en las diferentes dimensiones de la RSE es fundamental para garantizar un diálogo activo con los diferentes grupos de interés, conseguir una imagen positiva de nuestra empresa, productos y servicios, así como lograr diferenciarse de la competencia.

Existen diversas herramientas a través de las que la empresa puede comunicar a sus grupos de interés el compromiso que ha adquirido con la mejora de la sociedad; desde la ejecución de **acciones de prensa** para informar de una iniciativa social que ha emprendido la organización o de su **adhesión a los principios promulgados por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas**, hasta la elaboración de **Memorias de Sostenibilidad** y de **Códigos Éticos**. Son, en definitiva, herramientas que ayudan a la empresa a ser transparente y a demostrar que sus palabras van acompañadas de hechos.

Algunas de esas herramientas han sido especificadas en el punto 4 de este Manual. (Pacto Mundial de Naciones Unidas y GRI).



8. BUENAS PRÁCTICAS DE RSE

La Responsabilidad Social Empresarial permite a las pequeñas y medianas empresas promulgar cambios positivos. Si se elige hacer lo correcto no solo se lograrán resultados y beneficios, también se generará confianza en las personas consumidoras. La Responsabilidad Social ayuda a sensibilizar y

alentar el cambio social. Todo ello se consigue a través de la implementación de buenas prácticas dentro de las tres dimensiones y tanto a nivel interno como externo de la empresa. En este cuadro se presentan algunos ejemplos de medidas de RSE que las empresas suelen incluir en su gestión.

	SOCIAL	ECONÓMICA	AMBIENTAL
INTERNA	Beneficios sociales	Transparencia y comunicación	Ecoeficiencia
	Conciliación laboral y familiar	Sistemas de gestión de calidad	Reciclaje
	Gestión de la diversidad	Eficiencia operacional	Reducción emisiones CO2
	Desarrollo profesional y formación	Gestión de la innovación	Reducción de consumos
	Inclusión de colectivos desfavorecidos	Medición y seguimiento	Reducción de embalajes
	Accesibilidad	Modelos de excelencia	Uso de energías renovables
	Igualdad de género	Ética y cumplimiento	

	SOCIAL	ECONÓMICA	AMBIENTAL
EXTERNA	Voluntariado	Capacidad de acceder a nuevos mercados	Conservación del entorno
	Implicación de colectivos desfavorecidos	Evaluación de la cadena de proveedores	Compensaciones de CO2
		Inversión socialmente responsable	Formación ambiental a clientes, proveedores, comunidad, etc.
		Donaciones, patrocinios, mecenazgo.	

Introducción a la Responsabilidad Social

Manual básico

Anexos

BUEN GOBIERNO

Conjunto de medidas dirigidas a gestionar conjuntamente los impactos sociales, medioambientales y económicos de la empresa bajo los parámetros de transparencia informativa y de control de las relaciones con los diferentes grupos de interés.

DEBIDA DILIGENCIA

Actuar con la diligencia debida implica la aplicación de un cierto grado de cuidado y prevención para evitar posibles daños y tradicionalmente ha venido siendo exigido en diferentes contextos en donde se requería una cierta actitud de vigilancia y de prudencia frente a las actuaciones de otros, como, por ejemplo, de los padres respecto a los hijos. Este actuar diligente es el que, desde hace ya algún tiempo, sobre todo tras la publicación de los Principios Rectores de las Naciones Unidas se viene exigiendo a las empresas con el fin de evitar y prevenir vulneraciones a los derechos humanos en el ejercicio de sus actividades.

ACCIÓN SOCIAL

Apoyo económico a empresas del tercer sector de forma planificada y sistemática, de tal forma que se corresponda con la estrategia operativa de la empresa.

TERCER SECTOR

El tercer sector es el conjunto de entidades (asociaciones, fundaciones, etc.) que no siendo públicas, ni teniendo ánimo de lucro, se ocupan de realizar proyectos de acción social, o defender intereses de colectivos de cualquier tipo (asociaciones culturales, deportivas, de consumidores, de antiguos alumnos, etc.).

DESARROLLO SOSTENIBLE

Permite la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. El desarrollo sostenible trata de lograr, de manera equilibrada, el desarrollo económico, social y la protección del medio ambiente.

CONCILIACIÓN DE LA VIDA FAMILIAR, PERSONAL Y LABORAL

Situaciones puestas en marcha en las empresas para promover la igualdad efectiva entre mujeres y hombres y compatibilizar las diferentes facetas de la vida: el empleo, la familia, el ocio y el tiempo personal.

DERECHOS HUMANOS

Derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna de nacionalidad, lugar de residencia, sexo, origen, color, religión, lengua o cualquier otra condición. En el ámbito de la empresa, los derechos humanos están directamente vinculados al respeto de los derechos laborales.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Conjunto de medidas para promover la oportunidad de que las personas, independientemente de su origen sexo, religión y condición física y/o psíquica, puedan ganarse la vida mediante un trabajo libremente elegido o aceptado en un mercado y un entorno laboral que sea abierto, inclusivo y accesible.

GRUPOS DE INTERÉS

Todas aquellas personas, grupos u organizaciones que mantienen una relación directa o indirecta con la empresa; están dentro y/o fuera de la misma, y pueden afectar o ser afectadas por las actividades de esta, bien sea de forma positiva o de forma negativa.

MATERIALIDAD

Según el Global Reporting Initiative (GRI), la materialidad se refiere a aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos sociales, ambientales y económicamente significativos de la organización o a aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés. En este sentido, la materialidad indica que las organizaciones deben evaluar tanto aquellos aspectos que son imprescindibles para la consecución de sus objetivos estratégicos, como aquellos otros relevantes para sus grupos de interés, en la medida que respondan a sus expectativas.

MARKETING SOCIAL

Diseño, puesta en práctica y control de programas que tienen como objetivo, promover una idea o práctica social en una determinada comunidad.

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD O DE RSE

Herramienta de comunicación de las empresas en donde se informa a todos sus grupos de interés de los resultados económicos, sociales y ambientales del ejercicio de su actividad empresarial, en un determinado periodo temporal.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

La Asamblea General de Naciones Unidas aprueba los Objetivos de Desarrollo Sostenible que conforman el plan de acción para que la comunidad internacional promueva la prosperidad y el bienestar común en los próximos 15 años. Son 17 ODS que tienen como meta acabar con la pobreza extrema, luchar contra la desigualdad y la injusticia y combatir el cambio climático.

INNOVACIÓN SOCIAL

Conjunto de operaciones destinadas a encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales, que aún no están adecuadamente cubiertas por el mercado o por las administraciones públicas y producir los cambios de comportamiento necesarios para resolver los grandes retos de la sociedad.

MARKETING CON CAUSA

Herramienta promocional de la empresa que trata de combinar la Responsabilidad Social de la empresa con el objetivo de aumentar la rentabilidad mediante campañas de captación de fondos a favor de causas sociales, vinculadas a la venta de sus productos o servicios.

TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

Dar información a todos los grupos de interés de las empresas de los resultados financieros y no financieros (ambientales y sociales) de su actividad de forma íntegra, coherente y equilibrada, incluyendo las contribuciones positivas y negativas a la consecución de sus objetivos.

CADENA DE VALOR

Procesos o actividades de una empresa que contribuyen a la creación de valor a lo largo del ciclo de vida de un producto. Afecta a diferentes colectivos relacionados con la empresa: proveedores, personal propio y clientes.

CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA

Declaración formal de los valores y prácticas éticas de una empresa. Un código enuncia normas mínimas y el compromiso de la empresa de cumplirlas y de exigir su cumplimiento a su propia plantilla, sus proveedores, clientes. Puede ser un documento complejo que requiera el cumplimiento de normas precisas y prevea un mecanismo coercitivo.

ÉTICA EMPRESARIAL

Ayuda a forjar el carácter de la empresa, su manera de ser. En este sentido es uno de los pilares fundamentales de la cultura empresarial, y representa la apuesta de la organización por unos valores corporativos que orientan la actuación y la toma de decisiones de la empresa.

- > Observatorio de RSC
- > Compromiso RSE
- > Diario Responsable
- > Corresponsables
- > Pacto Mundial
- > Forética
- > RSE; Ministerio de trabajo y economía social
- > ESADE
- > Dirse
- > Dircom
- > Cultura RSC.com

¿QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL?

¿Sabrías diferenciar cuáles de las afirmaciones son verdaderas o falsas?



- 1/ En la RSE hay un diálogo real con los grupos de interés.
- 2/ Dentro de las medidas de RSE se aplican medidas de ahorro de energía, buen gobierno, etc.
- 3/ La RSE es un modelo de empresa en la que solo prima el capital económico.
- 4/ La RSE es algo unilateral de la empresa.
- 5/ Las actividades de RSE deben estar vinculadas e integradas en la actividad básica de la empresa y su gestión diaria, tener una vocación de permanencia e implicar el compromiso de la alta dirección.
- 6/ La RSE es ser transparente en todos los ámbitos y sectores de la empresa, así como ser eficaz en la comunicación de sus acciones.
- 7/ La RSE no es la solución para salir de una crisis sino una solución para no volver a cometer los mismos errores que la causaron.
- 8/ La RSE supone un riesgo económico para la empresa.
- 9/ Una correcta implantación de la RSE en la empresa supone realizar memorias de sostenibilidad mediante metodologías estandarizadas, con participación de los grupos de interés, así como realizar la comunicación pública de estos resultados.
- 10/ El que una empresa realice acciones sociales, donaciones o voluntariado, se puede considerar que es una empresa Socialmente Responsable.
- 11/ La RSE es la implantación de un nuevo modelo ético de gestión de empresas socialmente responsables, comprometido con la cohesión social y el medioambiente.

- › La Responsabilidad Social Corporativa: los compromisos de las organizaciones con la RSE. Isotools excellence.
- › Folleto de CCOO de Navarra. Gobierno de Navarra.
- › Manual de RSE de la economía social. Junta de Galicia.
- › Cuaderno de trabajo SENDUTU (Cuaderno RSE).
- › Responsabilidad Social Empresarial: Buenas Prácticas y Recomendaciones DESUR: Desarrollando regiones sostenibles a través de PYMEs responsables. DESUR proyecto co-financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional FEDER a través del programa INTERREG IVC.
- › Cuadernos de trabajo de Responsabilidad Social Empresarial para Pymes. Cámara de Comercio de Valencia.
- › CapacitaRSE. ¿Cuál es la mejor manera de integrar la RSE en la estrategia global de la organización? Consultoría, Alberto Guajardo.
- › Metodología de mejora continua en RSE. Hacia la competitividad sostenible. Diputación de Vizcaya.
- › Guía para las PYMES ante los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, Confederación Española de PYMES, Consejo General de Economistas de España).
- › Guía para la incorporación de actuaciones socialmente responsables en Pymes. Implantando la RSE en el tejido empresarial de la provincia de Granada. Diputación de Granada.
- › Ética y RSC. M^a Teresa Méndez Picazo.

- › Herramientas de gestión de la Responsabilidad Social para pymes: ¿por dónde se puede empezar? Consejo de Relaciones Laborales de Cataluña Comisión de Responsabilidad Social.
- › Manual para la práctica de las relaciones con los grupos de interés. Stakeholders Research Association, United Nations Environment Programme, Institute of social and ethical accountability.
- › AECA.
- › Libro Verde Bruselas. Comisión Europea.
- › Guía Informativa sobre: “La Responsabilidad Social de la empresa (RSE) y la racionalización de horarios en el trabajo autónomo” ATA Autónomos y Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social.

WEBGRAFÍA

- › www.observatoriorsc.org
- › www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es
- › www.pactomundial.org/
- › www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/
- › www.bbvaopenmind.com/articulos/15-desafios-globales-para-las-proximas-decadas1/
- › www.responsablia.com/la-empresa-y-el-impacto-social-iii-medicion-del-valor-social-generado/ El valor compartido (VI): gestión de los grupos de interés
- › es.slideshare.net/imeses/la-comunicacin-en-rse (Forética)



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Delegación Especial de Empleo,
Promoción Económica, Iniciativas
Europeas, Comercio y Empresa

www.dipalme.org
desarrolloeconomico@dipalme.org



DIPUTACIÓN
DE ALMERÍA