

EDICIÓ GUIA

# VALOR SOCIAL, AMBIENTAL I ECONÒMIC PER A LA SOCIETAT

RSE en Pime



# ÍNDEX

- 1.** La Responsabilitat Social Corporativa.  
Un compromís de tota la societat.
- 2.** Valor social de l'RSE.
- 3.** Valor ambiental de l'RSE.
- 4.** Valor econòmic de l'RSE.
- 5.** Conclusions. Comencem junts.

1.

# LA RESPONSABILITAT SOCIAL EMPRESARIAL. UN COMPROMÍS DE TOTA LA SOCIETAT.

## La Responsabilitat Social

**Empresarial (RSE)** És la contribució per part de les empreses i organitzacions al **desenvolupament sostenible**, a través del compromís i la confiança de l'empresa cap als seus empleats i les seues famílies, cap a la societat en general i cap a la comunitat local, a fi de millorar el capital social i la qualitat de vida de tota la comunitat, respectant el medi ambient i promovent un desenvolupament integral del ser humà.

L'objectiu principal de la responsabilitat social empresarial és que l'impacte positiu que causen estes pràctiques en la societat es traduïska en una major competitivitat i sostenibilitat per a les empreses. Així, ser responsable socialment generarà una productivitat més gran, en la mesura que les accions que duguen a terme incidisquen en una millora en les condicions per als treballadors, una optimització i eficiència en el consum de matèries

primeres, aigua, energia, reducció de l'impacte ambiental, millora en els sistemes de comunicació externa, millora i foment del diàleg amb els grups d'interés, i altres mesures que incidiran directament en una gestió empresarial més eficient i, en conseqüència, en millorarà la competitivitat.



El concepte de **Responsabilitat Social Empresarial (RSE)** implica *«la integració voluntària, per part de les empreses, de les preocupacions socials i ambientals en les seues operacions comercials i en les relacions amb els seus interlocutors»*. Ser socialment responsable no significa només complir plenament les obligacions jurídiques, sinó també anar més enllà del seu compliment invertint «més» en el capital humà, l'entorn i les relacions amb els interlocutors.

LLIBRE VERD DE LA COMISSIÓ EUROPEA

En este context, l'aplicació de l'RSE en les empreses té com a objectiu invertir en el seu futur, ja que s'espera que el compromís que han adoptat voluntàriament contribuïska a incrementar la seua rendibilitat, competitivitat i permanència en el mercat, a més de ser la contribució empresarial al desenvolupament sostenible. D'esta manera s'obri una via per a administrar el canvi i conciliar el desenvolupament social amb l'augment del valor econòmic i de la competitivitat. Cap a este model de desenvolupament s'està treballant des d'organitzacions internacionals, la Unió Europea i les nacions.

A Espanya es va aprovar el 16 de juliol de 2014 pel Ple del Consell Estatal de Responsabilitat Social de les Empreses (CERSE), òrgan assessor i consultiu adscrit al ministeri competent en matèria de polítiques públiques d'impuls i foment de la responsabilitat social de les empreses del Govern d'Espanya (actualment el

Ministeri d'Ocupació i Seguretat Social), l'Estratègia Espanyola de Responsabilitat Social de les Empreses. Es tracta d'un document que pretén constituir-se com a marc de referència en tot el territori en matèria de responsabilitat social, i que inclou seixanta mesures dirigides a impulsar el desenvolupament de pràctiques responsables en les organitzacions públiques i privades a fi que es constituïsqen en un motor significatiu de la competitivitat del país i de la seua transformació cap a una societat i una economia més productiva, sostenible i integradora. Esta és una iniciativa fonamental per a conèixer cap a on va l'RSE. En el seu portal es pot obtindre informació molt interessant:

**<http://www.mitramiss.gob.es/es/rse/index.htm>**

## **Beneficis per a una empresa**

Entre els beneficis que una gestió socialment responsable pot comportar destaquem els següents: més eficiència en la gestió, millora de la imatge i marca de l'empresa i millores sobre els valors i l'entorn de l'empresa.

Sent conscients dels beneficis i oportunitats potencials que l'RSE pot aportar a una empresa, és igualment rellevant destacar algunes de les implicacions que suposa l'assumpció d'un enfocament socialment responsable en la direcció empresarial, entre altres:

- **Convicció:** la direcció empresarial ha d'assumir amb total convenciment la voluntat d'adoptar determinats valors i principis d'actuació orientats a satisfer les expectatives de les parts interessades i mostrar permanentment un comportament ètic i responsable.

- **Coherència:** els valors i la cultura empresarial inspirats en l'RSE han de ser coherents amb les decisions estratègiques i les accions dutes a terme.

- **Compromís i responsabilitat:** els objectius adquirits públicament en pro del desenvolupament sostenible han d'assumir-se i complir-se, sent conscients de les seues conseqüències i impactes.

- **Enfocament estratègic:** la integració de l'RSE en la direcció empresarial ha de partir del més alt nivell, i afectarà les estratègies, les polítiques i els objectius.

- **Sensibilització:** l'èxit i la permanència de l'RSE se sustenta en la sensibilització contínua tant de les persones que conformen l'empresa com de les parts interessades amb què es relaciona.

• **Mesurament i millora contínua:**

el seguiment i control dels avanços registrats garantixen la millora progressiva dels models empresarials alineats amb l'RSE.

• **Transparència:** l'RSE "obliga" a donar compte a la societat i a les parts interessades, amb rigor i imparcialitat, del comportament empresarial, dels impactes produïts i del grau de compliment dels objectius i metes definits.

Hi ha nombrosos exemples d'empreses de diferents dimensions i sectors que han sabut innovar i anticipar-se al mercat, desenvolupant avantatges competitius al considerar l'RSE com una oportunitat. En el web sobre RSE que gestiona la Cambra de València (<http://rse.camaravalencia.com/>), se pueden conocer más de 60 buenas prácticas en materia de RSE. Míralas, analízalas y empieza a implantar alguna de ellas en tu empresa.



L'RSE es constituïx com un instrument per a desenvolupar organitzacions conscients del seu paper principal en la consecució d'un *desenvolupament humà, econòmic i mediambiental sostingut* en el temps per a les societats en què s'integren. És possible una evolució justa i responsable cap a una economia més competitiva que done lloc a un desenvolupament sostenible i aconseguisca progrés social.

---

ESTRATEGIA ESPAÑOLA  
DE RESPONSABILIDAD SOCIAL  
DE LAS EMPRESAS. 2014

## 2.

# VALOR SOCIAL DE L'RSE

### La Responsabilitat Social

**Empresarial (RSE)** promou una visió integrada de l'empresa i la societat, al buscar la millora contínua de les relacions entre aquella i les persones, les entitats i l'entorn amb què interactua. Implica, a més, l'avaluació de la relació i els impactes de les empreses, no sols en l'àmbit intern (empleats, directius, propietaris) o extern (clients, proveïdors, administracions públiques), sinó estendre's a altres parts interessades que poden influir en l'activitat empresarial present i futura o veure-s'hi influïdes, com per exemple els sindicats, la societat civil, el medi ambient i la comunitat en el seu conjunt, entre altres. És l'expressió de la **coresponsabilitat** més enllà de la producció i la venda, sinó de les conseqüències, en un sentit ampli, de la realització d'una activitat economicosocial.

Diversos informes sobre la Responsabilitat Social de les Empreses a Espanya posen en evidència el creixent interès de clients, consumidors i administracions públiques per la

sostenibilitat i per la responsabilitat social empresarial (RSE), cosa que implica reptes i oportunitats per a les empreses més xicotetes a mesura que exigixen una implicació més gran del sector empresarial en la resolució de problemes socials i ambientals.

Ser una empresa socialment responsable és un gran repte que comprén molts àmbits d'acció. Este repte es veu accentuat en les PIME, on la limitació en recursos tècnics i econòmics dificulta la posada en marxa d'instruments d'acció en RSE, com ara els sistemes de gestió i les seues certificacions. L'adaptació o la simplificació de models creats per a grans empreses a PIME és un pas summament important en la direcció de la gestió ètica de les empreses. El fet que una empresa o una organització haja de responsabilitzar-se dels seus actes no és nou. En tots els països hi ha legislació detallada, civil, penal, laboral, administrativa i mercantil, que especifica quines responsabilitats tenen les persones i les corporacions. El que és nou és la **consciència social** que eixa



responsabilitat corporativa o empresarial existix, i que ha de fer-se efectiva fins i tot quan la llei no aconsegueix imposar-la. Per exemple, quan una empresa determina que entre els seus treballadors introduirà persones amb un risc evident d'exclusió social. Ningú li ho exigix, però amb voluntat decidida l'empresa opta voluntàriament per contractar estes persones. Va més enllà de l'exigència legislativa, fent un bé per a la societat en general i un bé per a persones en concret.

Les organitzacions amb una sòlida cultura ètica es caracteritzen per anticipar les demandes legislatives, assumint eixes responsabilitats abans que siguen exigides per la llei o la normativa, i fins i tot que pogueren originar-se per alguna queixa o demanda social. Saben anar un pas per davant d'estes demandes.

La societat la formem entre tots: empreses, organitzacions, proveïdors, clients, treballadors, consumidors..., persones unides en famílies en un lloc concret i en un temps determinat. Per això, tots tenim la nostra **coresponsabilitat social**. Una empresa, a l'introduir en el mercat un producte o servei, està relacionant-se i interactuant amb el consumidor, amb la societat en general. Ja que el seu bé o servei el consumixen persones que conformen una societat local concreta i el benefici o perjudi no és només a una persona sinó a un conjunt de ciutadans que bé de manera directa o indirecta es relacionen amb el producte o servei adquirit. La seguretat, el nivell de qualitat del producte, la seua vida mitjana, el fet que consumisca més o menys energia o aigua..., tenen una conseqüència final que afecta la societat. D'una manera o d'una altra, els actes que du a terme una empresa estan vinculats a la mateixa societat.

En definitiva, després de la imparable transformació de les societats, naix la necessitat de fomentar que els mercats treballen en favor d'un model de desenvolupament que satisfaga les necessitats de les generacions actuals sense hipotecar les de les generacions futures. Una empresa i una societat coresponsable ajudaran, sens dubte, a un desenvolupament de les persones i de la societat de manera **sostenible**.

Este model de desenvolupament que denominem sostenible ofereix un nou panorama a empreses que volen tindre èxit com a organitzacions que generen valor per a les societats en què operen. En este sentit, apareixen noves ferramentes que acosten l'empresa a les parts interessades i que es relacionen amb l'empresa.

Esta **nova empresa** observa els problemes ambientals i socials com una oportunitat per a fer les coses millor, no com una amenaça o un cost. En conseqüència, es prenen els aspectes socials com una qüestió estratègica més enllà del seu

sistema de gestió o de compliment legislatiu o de donar una succinta informació en el seu web. Este nou model d'empresa genera valor per a si mateixa a partir de la coresponsabilitat social.

El concepte de la responsabilitat de les empreses comporta comunicar de manera adequada el que està fent en favor de la mateixa societat. És quasi un deure fer-ho, ja que té una gran vàlua, no sols de "llavat d'imatge", sinó un valor pedagògic per a la mateixa societat. Donar a conèixer les bones pràctiques en matèria d'RSE a les empreses i a la societat en remou la consciència, i també anima i fomenta l'extensió de noves bones pràctiques i, en conseqüència, beneficia tota la societat.

Bones pràctiques que, des del punt de vista de les aportacions a la societat, van des del patrocini d'accions culturals, les col·laboracions amb ONG que assistixen a col·lectius socials més desfavorits o vulnerables, l'ajuda social per mitjà del voluntariat corporatiu a la comunitat on es

troba l'empresa, la millora de la comunicació externa per part de l'empresa, el manteniment dels llocs de treball en èpoques de crisi, la conciliació de la vida laboral i familiar que afecta també les relacions socials, la col·laboració i participació amb moviments socials, associacions, consumidors, etc., són bones pràctiques de remarcada repercussió social i que es poden emmarcar dins de l'RSE.

Però estes accions que fan les empreses no han de ser puntuals, inconnexes i a manera de "moda", sinó interioritzades i alineades amb l'estratègia de l'empresa. La sistematització o simplement l'orde i la planificació d'estes actuacions ajudarà a fer que el resultat d'estes accions encara siga més gran. Per exemple, el diàleg amb les parts o els grups interessats (actors implicats-*stakeholders*) de l'empresa o l'organització, la utilització d'indicadors de prestació quantitatius i qualitatius i de punts de comparació, l'anàlisi de l'impacte social, així com la qualitat de les relacions amb la societat pròxima,

són d'esta manera sistemàticament mesurades i avaluades, generant una informació dels resultats molt útil per a la direcció i també per a comunicar actuacions i objectius aconseguits a la societat i a les diferents administracions.

### 3.

# VALOR AMBIENTAL DE L'RSE

En l'actualitat, la societat demana a les empreses que no sols persequisquen la màxima rendibilitat, sinó que a més minimitzen els seus impactes sobre el medi ambient. Una empresa que contamina sistemàticament acabarà tancant; ja no hi ha cabuda en el mercat per a empreses que es desentenguen de la seua coresponsabilitat ambiental en les seues operacions econòmiques. La cura i la preservació de l'entorn és potser un dels aspectes més importants dins de la responsabilitat social empresarial.

El foment del consum responsable, tant quan una empresa adquireix matèries primeres o semielaborades que siguen del mínim impacte ambiental possible, com quan una empresa introduïx en el mercat els seus productes requerix que estos siguen ecològics o del mínim impacte ambiental possible. Seria una bona pràctica d'RSE que l'empresa poguera introduir mesures per a sensibilitzar, conscienciar i fer partícip el consumidor en la seua presa de decisions,

cosa que contribuirà, d'una banda, a estendre les pràctiques de responsabilitat empresarial com a requisits de negoci i, d'una altra, a la promoció d'una societat més sostenible, ecològica i solidària. En este sentit, una bona pràctica és fomentar la utilització dels sistemes d'etiquetatge ecològic o altres distintius semblants, com a instrument d'informació al consumidor i ferramenta informativa del compliment de criteris de sostenibilitat, i l'elaboració d'un codi de bones pràctiques sobre informació per a evitar la comunicació i/o la publicitat no veraç.

Una empresa que vol ser responsable des del punt de vista del respecte i de la cura del medi ambient haurà de considerar i treballar sobre els aspectes següents:

### **a) Diagnòstic de la situació**

ambiental de l'empresa i anàlisi i avaluació del risc ambiental: conèixer la realitat ambiental de l'empresa, és a dir, valorar el grau de compliment de la legislació ambiental, analitzar la manera de procedir per part de l'empresa en aquells aspectes que incidisquen sobre el medi ambient, així com analitzar el risc ambiental de les instal·lacions i avaluar el seu efecte sobre el medi ambient.

Per a això es pot aplicar la Norma UNE 150008.

**b) Prevenció i control de la contaminació:** analitzar els aspectes ambientals de la seua activitat, avaluant-ne els impactes associats per a gestionar-los correctament. Per a fer-ho es podran utilitzar les millors tecnologies disponibles, tècnicament i econòmicament viables, basant-se en la jerarquia del principi de les 3R+V (reduir, reutilitzar, reciclar i valoritzar) allà a on siga possible.

### **c) Prevenció del calfament global:**

considerar mesures per a pal·liar els efectes sobre el calfament global, com ara: reduir l'emissió de diòxid de carboni i altres gasos d'efecte d'hivernacle; fer un ús eficient dels recursos energètics, incloent-hi productes i processos que estalvien energia; fomentar la utilització d'energia renovable, o millorar el disseny dels seus productes i servicis a partir d'una anàlisi del cicle de vida.

### **d) Ús eficient dels recursos:**

optimitzar la utilització de materials, combustibles i energia. Per a fer-ho pot adoptar accions com ara promocionar els principis de les 3R+V (reduir, reutilitzar, reciclar i valoritzar); implementar enfocaments d'ecodisseny i cicle de vida; gestionar adequadament els recursos d'aigua superficial i subterrània; implantar sistemes de gestió ambientals (com EMAS o ISO 14001); adoptar pràctiques d'eficiència energètica, o fomentar la utilització d'energies renovables. En definitiva, ser més ecoeficient.

### **e) Preservació dels ecosistemes i de la biodiversitat:**

previndre en l'àmbit de la seua competència els impactes negatius sobre els ecosistemes, com ara la pèrdua, la disminució i l'extinció d'espècies i hàbitats naturals, les alteracions físiques al medi ambient marí, la pèrdua de la biodiversitat o l'ús no sostenible de vida animal (incloent-hi la sobreexplotació de la pesca i la caça o l'eliminació d'espècies en perill).

Treballar en estes línies proposades farà que l'empresa siga més **ecoeficient**, més **sostenible**, més **responsable**.

La societat, el mercat, els governs i els organismes internacionals aposten per generar un canvi en el model econòmic perquè siga més **verd** o **ecològic**. El respecte pel medi ambient ja és una qüestió que ningú posa en dubte. En este sentit, el PNUMA (Programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient, ONU)

considera que una economia verda ha de **millorar el benestar del ser humà i l'equitat social, al mateix temps que reduïx significativament els riscos ambientals i les escassetats ecològiques**.

En la seua forma més bàsica, una economia verda seria aquella que té baixes emissions de carboni, utilitza els recursos de manera eficient i és socialment incloent.

En una economia verda, l'augment dels ingressos i la creació d'ocupació han de derivar d'inversions públiques i privades destinades a reduir les emissions de carboni i la contaminació, a promoure l'eficiència energètica així com en l'ús dels recursos, i a evitar la pèrdua de diversitat biològica i de servicis dels ecosistemes.



Per a aconseguir una **economia verda** l'ONU proposa que les inversions han de catalitzar-se i reforçar-se amb gasto públic selectiu, reformes polítiques i canvis en la regulació.

El camí cap al desenvolupament ha de mantindre, millorar i, a on siga necessari, reconstruir el capital natural com a actiu econòmic fonamental i font de beneficis públics, especialment per a les persones desfavorides el suport i seguretat de les quals depenen de la naturalesa.

---

PNUMA, ONU.

## 4.

# VALOR ECONÒMIC DE L'RSE

El desenvolupament econòmic d'una societat no pot produir-se a costa de les generacions futures. Les empreses han de desenvolupar-se de manera respectuosa amb el medi ambient i respectant el marc legislatiu que li siga aplicable. No obstant això, estes n'incrementaran el valor si les seues accions beneficien no sols a elles mateixes sinó també a la societat, relacionant-se amb esta d'una manera transparent i veraç.

**L'ètica** en els negocis i les activitats econòmiques són fonamentals, generen confiança, i només d'esta manera el creixement econòmic serà un autèntic desenvolupament econòmic. La societat demana cada vegada més empreses amb un **compromís ètic** que vaja més enllà del compliment de la legislació i de la normativa; es valora més les empreses compromeses i coresponsables amb la societat en què opera i conviu diàriament. Esta nova ètica empresarial portarà a la presa de consciència per part de les empreses i organitzacions que les seues responsabilitats no són únicament economicofinanceres i que han de retre comptes no sols a accionistes, propietaris o mercats,

sinó també als seus empleats, comunitats locals, societat i inclús a les generacions futures. El Bon Govern i la transparència com a instruments per a l'augment de la confiança són accions substancials en l'RSE.

En este sentit, **la reputació empresarial o corporativa** és un dels aspectes de cada empresa de més transcendència i emergència en la gestió empresarial actual, degut a diverses causes, com poden ser:

- La globalització de l'economia.
- La indiferenciació dels mercats (per l'excés de capacitat productiva).
- L'homogeneïtat de l'oferta de productes i servicis.
- Les crisis empresarials per la transgressió de certs principis ètics en algunes organitzacions i empreses.
- Els nous valors empresarials cap a una lògica empresarial equilibrada pel que fa a la responsabilitat social de les empreses.





Però, igual com ha ocorregut amb altres processos d'implantació d'innovacions, la reputació està començant a patir una certa banalització a causa de l'ús i abús que s'està cometent amb este terme. Així i tot, la reputació pot generar un valor, i ha de generar-lo, per a les empreses, siga quina siga la seua dimensió, activitat o naturalesa societària.

El producte introduït en el mercat és l'aparador inicial d'una empresa i, complides les expectatives del client sobre el producte, si es fa una comunicació transparent, veraç, adequada i constant a la societat, l'empresa aconseguirà una millor reputació i, en conseqüència, veurà incrementat el seu valor. La comunicació adequada és una ferramenta potent per a incrementar la competitivitat de l'empresa.

Dur a terme actuacions en matèria de **Responsabilitat Social** es pot identificar també com una aposta per l'excel·lència en la gestió de les empreses que provoca una millora del seu posicionament en el mercat, en la seua productivitat, rendibilitat i sostenibilitat.

La Responsabilitat Social facilita la innovació a l'incorporar noves formes de gestió que afavorixen la creació de nous productes i servicis, donant resposta a reptes socials i ambientals.

Sens dubte, l'RSE pot influir positivament en la **competitivitat** de les empreses de les maneres següents:

- **Millora dels productes i/o processos de producció**, cosa que comporta una major satisfacció i lleialtat del client.
- **Més motivació i fidelitat dels treballadors**, cosa que augmenta la seua creativitat i innovació.
- **Millor imatge pública**, degut a una correcta comunicació veraç i transparent de les distintes accions que du a terme l'empresa, oferint un major coneixement de l'empresa en la comunitat.
- Millor posició en el mercat laboral a l'incrementar-se la seua reputació, i millor interrelació amb altres socis empresarials i autoritats, millor accés a les ajudes públiques gràcies a la **millor imatge de l'empresa**.
- **Estalvi en costos i increment de la rendibilitat**, a causa de la major eficiència en l'ús dels recursos humans i productius.

- Penetració de **nous mercats** amb un nivell de sensibilitat cap a les empreses coresponsables.

Poder presentar al mercat productes i servicis més eficients en els aspectes econòmic i ambiental (*ecoeficients*) és, sens dubte, una estratègia adequada que redundarà en una major penetració en el mercat o nous mercats i, en conseqüència, un major benefici per a l'empresa.

L'experiència adquirida en les empreses que han apostat per **l'ecoinnovació**, per exemple, posa de manifest que anar més enllà del compliment de la legislació pot augmentar-ne la competitivitat. Així també, l'aplicació de normes més estrictes que els requisits de la legislació en l'àmbit social, per exemple en matèria de formació, condicions laborals o relacions entre la direcció i els treballadors, pot tindre també un impacte directe en la productivitat. Una major valoració del treballador per part de la seua empresa va directament lligada a una major productivitat.

## 5.

# CONCLUSIONS. COMENCEM JUNTS.

### **La Responsabilitat Social de l'Empresa** és ja una realitat.

La societat exigeix i selecciona cada vegada més les empreses amb un compromís social decidit.

Si som conscients de la necessitat d'un canvi en el model de producció i consum, com ens recorda ja la Unió Europea des de fa anys, és necessari que les empreses prenguen consciència i es plantegen de manera estratègica què poden fer per a sumar-se a l'RSE. Començar amb un moment de reflexió, de què és i com s'està gestionant l'empresa, és molt important; només així s'iniciarà un procés de canvi. Este procés ha de començar des de la direcció/propietat de l'empresa, però ha de basar-se en el diàleg amb els grups d'interés, com ara treballadors, proveïdors, clients, administració, organitzacions socials, culturals, etc., aquells que poden aportar valor al producte que l'empresa posa en el mercat. L'RSE serà una realitat si col·laborem tota la societat de manera conjunta, amb un mateix interès i objectiu, per a aconseguir que en esta generació es done

un autèntic **desenvolupament sostenible**.

En este context, l'aplicació de l'RSE en les empreses té com a objectiu invertir en el seu **futur**, ja que s'espera que el compromís que han adoptat voluntàriament contribuïska a incrementar la seua rendibilitat, competitivitat i permanència en el mercat, a més de ser la contribució empresarial al **desenvolupament sostenible**. D'esta manera s'obri una via per a administrar el canvi i conciliar el desenvolupament social amb l'augment del valor econòmic, la competitivitat i el respecte pel medi ambient.

Des de la **Cambra de València** s'està treballant des de ja fa uns quants anys per a poder acostar l'RSE a les empreses, i sobretot a les més xicotetes i mitjanes. Diverses actuacions: jornades, tallers, diagnòstics d'RSE, ferramentes per a poder fer una senzilla memòria de sostenibilitat, publicació de bones pràctiques ambientals, publicació d'un butlletí de notícies, reunions amb empreses, participació en

jornades i tallers d'altres organitzacions, desenvolupament de projectes europeus en favor de col·lectius més desfavorits, formació en RSE dels emprenedors, publicacions de guies per a facilitar la implantació de l'RSE entre les empreses i com poder comunicar les seues accions en RSE, i altres actuacions menors, conformen l'aportació de la Cambra de València a l'RSE. Són actuacions que realitzem de manera conjunta amb administracions i amb empreses, perquè considerem que l'RSE és cosa de tots. Junts posem-nos en camí.

**<https://www.camaravalencia.com/es-ES/competitividad/medioambiente-energia/Paginas/SocializaRSE.aspx>**