

EDICIÓN GUÍA

VALOR SOCIAL, AMBIENTAL Y ECONÓMICO PARA LA SOCIEDAD

RSE en Pyme



ÍNDICE

- 1.** La Responsabilidad Social Corporativa.
Un compromiso de toda la sociedad.
- 2.** Valor social de la RSE.
- 3.** Valor ambiental de la RSE
- 4.** Valor económico de la RSE.
- 5.** Conclusiones. Comencemos juntos.

1.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. UN COMPROMISO DE TODA LA SOCIEDAD.

La Responsabilidad Social

Empresarial (RSE): Es la contribución por parte de las empresas y organizaciones al **desarrollo sostenible**, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, con el fin de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad, respetando el medio ambiente y promoviendo un desarrollo integral del ser humano.

El objetivo principal de la responsabilidad social empresarial es que el impacto positivo que causan estas prácticas en la sociedad se traduzca en una mayor competitividad y sostenibilidad para las empresas. Así, ser responsable socialmente generará una mayor productividad, en la medida en que las acciones que lleven a cabo incidan en una mejora en las condiciones para los trabajadores, una optimización y eficiencia en el consumo de materias primas, agua,

energía, reducción del impacto ambiental, mejora en los sistemas de comunicación externa, mejora y fomento del diálogo con los grupos de interés, y otras medidas que incidirán directamente en una gestión empresarial más eficiente y en consecuencia mejorará la competitividad de ésta.



El concepto de **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)** 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”*.

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.

LIBRO VERDE DE LA COMISIÓN EUROPEA

En este contexto, la aplicación de la RSE en las empresas tiene como objetivo invertir en su futuro, ya que se espera que el compromiso que han adoptado voluntariamente contribuya a incrementar su rentabilidad, competitividad y permanencia en el mercado, además de ser la contribución empresarial al **desarrollo sostenible**. De esta manera se abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento del valor económico y de la competitividad. Hacia este modelo de desarrollo se está trabajando desde organizaciones internacionales, la Unión Europea y las naciones.

En España, se aprobó el 16 de julio de 2014 por el pleno del Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE), órgano asesor y consultivo adscrito al Ministerio competente en materia de políticas públicas de impulso y fomento de la responsabilidad social de las empresas del

Gobierno de España (actualmente el Ministerio de Empleo y Seguridad Social), la **Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas**. Se trata de un documento que pretende constituirse como un marco de referencia en todo el territorio en materia de responsabilidad social y que incluye 60 medidas dirigidas a impulsar el desarrollo de prácticas responsables en las organizaciones públicas y privadas con el fin de que se constituyan en un motor significativo de la competitividad del país y de su transformación hacia una sociedad y una economía más productiva, sostenible e integradora. Esta es una iniciativa fundamental para conocer hacia dónde va la RSE, en su Portal se puede obtener información muy interesante:

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

Beneficios para una empresa.

Entre los beneficios que una gestión socialmente responsable puede conllevar destacamos los siguientes: mayor eficiencia en la gestión, mejora de imagen y marca de la empresa y mejoras sobre los valores y el entorno de la empresa.

Siendo conscientes de los beneficios y oportunidades potenciales que la RSE puede aportar a una empresa, es igualmente relevante destacar algunas de las implicaciones que supone la asunción de un enfoque socialmente responsable en la dirección empresarial, entre otras:

- **Convicción:** la dirección empresarial debe asumir con total convencimiento la voluntad de asumir determinados valores y principios de actuación orientados a satisfacer las expectativas de las partes interesadas y mostrar permanentemente un comportamiento ético y responsable.

- **Coherencia:** los valores y cultura empresarial inspirados en la RSE, deben ser coherentes con las decisiones estratégicas y las acciones desarrolladas.

- **Compromiso y responsabilidad:** los objetivos asumidos públicamente en pro del desarrollo sostenible deben asumirse y cumplirse siendo conscientes de sus consecuencias e impactos.

- **Enfoque estratégico:** la integración de la RSE en la dirección empresarial debe partir del más alto nivel, afectando a las estrategias, políticas y objetivos.

- **Sensibilización:** el éxito y permanencia de la RSE se sustenta en la sensibilización continua tanto de las personas que conforman la empresa como de las partes interesadas con las que se relaciona.

• **Medición y mejora continua:** el seguimiento y control de los avances registrados garantizan la mejora progresiva de los modelos empresariales alineados con la RSE.

• **Transparencia:** la RSE “obliga” a dar cuentas a la sociedad y partes interesadas con rigor e imparcialidad, del comportamiento empresarial, de los impactos producidos y del grado de cumplimiento de los objetivos y metas definidos.

Existen numerosos ejemplos de empresas de diferentes tamaños y sectores que han sabido innovar y anticiparse al mercado, desarrollando ventajas competitivas al tomar la RSE como una oportunidad. En la web sobre RSE que gestiona la Cámara de Valencia (<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.



La RSE se constituye como un instrumento para desarrollar organizaciones conscientes de su papel principal en el logro de un **desarrollo humano, económico, y medioambiental sostenido** en el tiempo para las sociedades en las que se integran. Es posible una evolución justa y responsable hacia una economía más competitiva que dé lugar a un desarrollo sostenible y logre progreso social.

ESTRATEGIA ESPAÑOLA
DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
DE LAS EMPRESAS. 2014

2.

VALOR SOCIAL DE LA RSE

La Responsabilidad Social

Empresarial (RSE): promueve una visión integrada de la empresa y la sociedad, al buscar la mejora continua de las relaciones entre aquélla y las personas, entidades y entorno con los que interactúa. Implica, además, la evaluación de la relación e impactos de las empresas, no sólo en el ámbito interno (empleados, directivos, propietarios) o externo (clientes, proveedores, administraciones públicas), sino extenderse a otras partes interesadas que pueden influir en o verse influidas por la actividad empresarial presente y futura, como por ejemplo los sindicatos, la sociedad civil, el medio ambiente y la comunidad en su conjunto, entre otros. Es la expresión de la **corresponsabilidad** más allá de la producción y venta, sino de las consecuencias, en un sentido amplio, de la realización de una actividad económica-social.

Diversos informes sobre la Responsabilidad Social de las empresas en España, ponen en evidencia el creciente interés

de clientes, consumidores y administraciones públicas por la sostenibilidad y por la responsabilidad social empresarial (RSE), lo que supone retos y oportunidades para las empresas más pequeñas a medida que exigen una mayor implicación del sector empresarial en la resolución de problemas sociales y ambientales.

Ser una empresa socialmente responsable es un gran reto que abarca muchos ámbitos de acción. Este reto se ve acentuado en las PYME, donde la limitación en recursos técnicos y económicos dificulta la puesta en marcha de instrumentos de acción en RSE tales como los sistemas de gestión y sus certificaciones. La adaptación o simplificación de modelos creados para grandes empresas a PYME es un paso sumamente importante en la dirección de la gestión ética de las empresas.

El hecho de que una empresa u organización deba responsabilizarse de sus actos no es nuevo. En todos los países hay legislación detallada,

civil, penal, laboral, administrativa y mercantil, que especifica qué responsabilidades tienen las personas y las corporaciones. Lo que es nuevo es la **conciencia social** de que esa responsabilidad corporativa o empresarial existe, y que debe hacerse efectiva incluso cuando la ley no alcanza a imponerla. Por ejemplo cuando una empresa determina que entre sus trabajadores va a introducir personas con un riesgo evidente de exclusión social. Nadie se lo exige, pero con voluntad decidida la empresa opta voluntariamente por contratar estas personas. Va más allá de la exigencia legislativa realizando un bien para la sociedad en general y un bien para personas en concreto.

Las organizaciones con una sólida cultura ética se caracterizan por anticipar las demandas legislativas, asumiendo esas responsabilidades antes de que sean exigidas por la ley o normativa e incluso que pudieran originarse por alguna queja o demanda social. Saben ir un paso delante de estas demandas.

La sociedad la formamos entre todos: empresas, organizaciones, proveedores, clientes, trabajadores, consumidores, ... personas unidas en familias en un lugar concreto y un tiempo determinado. Por ello, todos tenemos nuestra **corresponsabilidad social**. Una empresa al introducir en el mercado un producto o servicio está relacionándose e interactuando con el consumidor, con la sociedad en general. Ya que su bien o servicio lo consumen personas que conforman una sociedad local concreta y el beneficio o perjuicio no es sólo a una persona sino a un conjunto de ciudadanos que bien de manera directa o indirecta se relacionan con el producto o servicio adquirido. La seguridad, el nivel de calidad del producto, su vida media, el que consuma más o menos energía o agua,.... tienen una consecuencia final que afecta a la sociedad. De una manera u otra, los actos que lleva a cabo una empresa están vinculados con la misma sociedad.

En definitiva, tras la imparable transformación de las sociedades nace la necesidad de fomentar que los mercados trabajen en favor de un modelo de desarrollo que satisfaga las necesidades de las generaciones actuales sin hipotecar las de las generaciones futuras. Una empresa y una sociedad corresponsable ayudarán sin duda a un desarrollo de las personas y de la sociedad de manera **sostenible**.

Este modelo de desarrollo que denominamos sostenible ofrece un nuevo panorama a empresas que desean tener éxito como organizaciones que generan valor para las sociedades en las que operan. En este sentido, aparecen nuevas herramientas que acercan la empresa a las partes interesadas y que se relacionan con la empresa.

Esta **nueva empresa** observa los problemas ambientales y sociales como una oportunidad para hacer las cosas mejor, no como una amenaza o un coste. En consecuencia, se toman los aspectos sociales como una cuestión

estratégica más allá de su sistema de gestión o de cumplimiento legislativo o de dar una somera información en su web. Este nuevo modelo de empresa genera valor para sí misma partiendo de la **corresponsabilidad social**.

El concepto de la responsabilidad de las empresas, conlleva el comunicar de manera adecuada lo que está realizando en favor de la misma sociedad. Es casi un deber realizarlo, ya que tiene una gran valía, no solo de “lavado de imagen”, sino un valor pedagógico para la misma sociedad. Dar a conocer las buenas prácticas en materia de RSE a las empresas y a la sociedad, remueve la conciencia de estas y también animan y fomentan la extensión de nuevas buenas prácticas beneficiándose toda la sociedad.

Buenas prácticas, que desde el punto de vista de aporte a la sociedad van desde el patrocinio de acciones culturales, colaboraciones con ONG que asisten a colectivos sociales más desfavorecidos o vulnerables, la ayuda social mediante

el voluntariado corporativo a la comunidad donde se encuentra la empresa, la mejora de la comunicación externa por parte de la empresa, el mantenimiento de los puestos de trabajos en épocas de crisis, la conciliación de la vida laboral y familiar que afecta también a las relaciones sociales, la colaboración y participación con movimientos sociales, asociaciones, consumidores, etc..., son buenas prácticas de remarcada repercusión social y que se pueden enmarcar dentro de la RSE.

Pero estas acciones que realiza las empresas no deben ser de manera puntual, inconexas y a modo de “moda”, sino interiorizadas y alineadas con la estrategia de la empresa. La sistematización o simplemente el orden y planificación de estas actuaciones ayudará a que el resultado de estas acciones aún sea mayor. Por ejemplo, el diálogo con las partes o grupos interesados (actores implicados-stakeholders) de la empresa u organización, la utilización de indicadores de prestación cuantitativos

y cualitativos y de puntos de comparación, el análisis del impacto social así como la calidad de las relaciones con la sociedad próxima, son de esta forma sistemáticamente medidas y evaluadas, generando una información de los resultados muy útil para la dirección y también para comunicar actuaciones y logros a la sociedad y a las diferentes administraciones.

3.

VALOR AMBIENTAL DE LA RSE

En la actualidad la sociedad está demandando a las empresas que no sólo persigan la máxima rentabilidad, sino que además minimicen sus impactos sobre el medio ambiente. Una empresa que contamina sistemáticamente terminará cerrando, ya no hay cabida en el mercado para empresas que se desentiendan de su corresponsabilidad ambiental en sus operaciones económicas. El cuidado y preservación por el entorno, es quizá uno de los aspectos más importantes dentro de la **responsabilidad social empresarial**.

El fomento del **consumo responsable**, tanto cuando una empresa adquiere materias primas o semielaborados que sean de menor impacto ambiental posible, como cuando una empresa introduce en el mercado sus productos que estos sean ecológicos o de menor impacto ambiental posible. Sería una buena práctica de RSE el que la empresa pudiera introducir medidas para sensibilizar, concienciar y hacer partícipe al consumidor en su toma de decisiones, lo que contribuirá, por

un lado, a extender las prácticas de responsabilidad empresarial como requisitos de negocio; y, por otro, a la promoción de una sociedad más sostenible, ecológica y solidaria.

En este sentido una buena práctica es la de fomentar la utilización de los **sistemas de etiquetado ecológico** u otros distintivos semejantes, como instrumento de información al consumidor y herramienta informativa del cumplimiento de criterios de sostenibilidad y la elaboración de un código de buenas prácticas sobre información para evitar la comunicación y/o la publicidad no veraz.

Una empresa que quiere ser responsable bajo el punto de vista de respeto y cuidado por el medio ambiente deberá considerar y trabajar sobre los siguientes aspectos:

a) Diagnóstico de la situación ambiental de la empresa y análisis y evaluación del riesgo ambiental.

Conocer la realidad ambiental de la empresa, es decir, valorar el grado de cumplimiento de la legislación ambiental, analizar la manera de proceder por parte de la empresa en aquellos aspectos que tienen incidencia sobre el medio ambiente, así como analizar el riesgo ambiental de las instalaciones y evaluar su efecto sobre el medio ambiente. Para ello se puede aplicar la Norma UNE 150008.

b) Prevención y control de la contaminación: analizar los aspectos ambientales de su actividad evaluando los impactos asociados para su correcta gestión. Para ello se podrán utilizar las mejores tecnologías disponibles, técnica y económicamente viables, basándose en la jerarquía del principio de las 3R+V (reducir, reutilizar, reciclar y valorizar) allí donde sea posible.

c) Prevención del calentamiento global:

considerar medidas para paliar los efectos sobre el calentamiento global, tales como: reducir la emisión de dióxido de carbono y otros gases de efecto invernadero, hacer uso eficiente de los recursos energéticos, incluyendo productos y procesos que ahorran energía; fomentar la utilización de energía renovable; o mejorar el diseño de sus productos y servicios en base a un análisis de ciclo de vida.

d) Uso eficiente de los recursos:

optimizar la utilización de materiales, combustibles y energía. Para ello puede tomar acciones como: promocionar los principios de las 3R+V (reducir, reutilizar, reciclar y valorizar); implementar enfoques de eco-diseño y ciclo de vida; gestionar adecuadamente los recursos de agua superficial y subterránea; implantar sistemas de gestión ambientales (como EMAS o ISO 14001); adoptar prácticas de eficiencia energética; o fomentar la utilización de energías renovables. En definitiva ser más ecoeficiente.

e) Preservación de los ecosistemas y de la biodiversidad:

prevenir en el ámbito de su competencia los impactos negativos sobre los ecosistemas, tales como su pérdida, disminución y extinción de especies y hábitats naturales, alteraciones físicas al medio ambiente marino, pérdida de la biodiversidad o uso no sostenible de vida animal (incluyendo la sobreexplotación de la pesca y caza o la eliminación de especies en peligro).

Trabajar en estas líneas propuestas hará que la empresa sea **más ecoeficiente, más sostenible, más responsable.**

La sociedad, el mercado, los gobiernos y organismos internacionales apuestan por generar un cambio en el modelo económico para que sea más “**verde**” o **ecológico**. El respeto por el medio ambiente ya es una cuestión que nadie pone en duda. En este sentido, el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, ONU) considera que una economía verde

debe **mejorar el bienestar del ser humano y la equidad social, a la vez que reduce significativamente los riesgos ambientales y las escaseces ecológicas.** En su forma más básica, una economía verde sería aquella que tiene bajas emisiones de carbono, utiliza los recursos de forma eficiente y es socialmente incluyente. En una economía verde, el aumento de los ingresos y la creación de empleos deben derivarse de inversiones públicas y privadas destinadas a reducir las emisiones de carbono y la contaminación, a promover la eficiencia energética así como en el uso de los recursos, y a evitar la pérdida de diversidad biológica y de servicios de los ecosistemas.



Para alcanzar una **economía verde** la ONU propone que las inversiones han de catalizarse y respaldarse con gasto público selectivo, reformas políticas y cambios en la regulación. El camino hacia el desarrollo debe mantener, mejorar y, donde sea necesario, reconstruir el capital natural como activo económico fundamental y fuente de beneficios públicos, especialmente para las personas desfavorecidas cuyo sustento y seguridad dependen de la naturaleza.

PNUMA, ONU.

4.

VALOR ECONOMICO DE LA RSE

El desarrollo económico de una sociedad no puede ser a costa de las generaciones futuras. Las empresas han de desarrollarse de manera respetuosa con el medio ambiente y respetando el marco legislativo que le sea de aplicación. No obstante, éstas incrementarán su valor si sus acciones benefician no solo a ellas mismas sino que también a la sociedad, relacionándose con ésta de una forma transparente y veraz. La **ética** en los negocios y actividades económicas son fundamentales, generan confianza y sólo de esta manera el crecimiento económico será un auténtico desarrollo económico. La sociedad demanda cada vez más empresas con un **compromiso ético** que vaya más allá del cumplimiento de la legislación y de la normativa, se valora más a empresas comprometidas y corresponsables con la sociedad en la que opera y convive a diario. Esta nueva ética empresarial llevará a la toma de conciencia por parte de las empresas y organizaciones de que sus responsabilidades no son únicamente económico-financieras y que deben rendir cuentas no solo a accionistas, propietarios o mercados,

sino también ante sus empleados, comunidades locales, sociedad e incluso ante generaciones futuras. El **Buen Gobierno y transparencia** como instrumentos para el aumento de la confianza son acciones sustanciales en la RSE.

En este sentido, la **reputación empresarial o corporativa** es uno de los aspectos de cada empresa de mayor trascendencia y emergencia en la gestión empresarial actual, debido a diferentes causas como pueden ser:

- La globalización de la economía.
- La indiferenciación de los mercados (por el exceso de capacidad productiva).
- La homogeneidad de la oferta de productos y servicios.
- Las crisis empresariales por la trasgresión de ciertos principios éticos en algunas organizaciones y empresas.
- Los nuevos valores empresariales hacia una lógica empresarial equilibrada en cuanto a responsabilidad social de las empresas.



Pero al igual que ha ocurrido con otros procesos de implantación de innovaciones, la reputación está empezando a sufrir una cierta banalización debido al uso y abuso que se está cometiendo con este término. Aun así, la reputación puede y debe generar un valor para las empresas sea cual sea su tamaño, actividad o naturaleza societaria.

El producto introducido en el mercado es el escaparate inicial de una empresa y, cumplidas las expectativas del cliente sobre el producto, si se realiza una comunicación transparente, veraz, adecuada y constante a la sociedad, la empresa conseguirá una mejor reputación y en consecuencia verá incrementado su valor. La comunicación adecuada es una herramienta potente para incrementar la competitividad de la empresa.

La realización de actuaciones en materia de **Responsabilidad Social** se puede identificar también como una apuesta por la excelencia en la gestión de las empresas que provoca una mejora de su posicionamiento en el mercado, en su productividad, rentabilidad y sostenibilidad.

La Responsabilidad Social facilita la innovación al incorporar nuevas formas de gestión que favorecen la creación de nuevos productos y servicios dando respuesta a retos sociales y ambientales.

Sin lugar a dudas, la RSE puede influenciar positivamente la **competitividad** de las empresas de las siguientes formas:

- **Mejora de los productos y/o procesos de producción**, lo que resulta en una mayor satisfacción y lealtad del cliente.
- **Mayor motivación y fidelidad de los trabajadores**, lo cual aumenta su creatividad e innovación.
- **Mejor imagen pública**, debido a una correcta comunicación veraz y transparente de las distintas acciones que realiza la empresa, ofreciendo un mayor conocimiento de la empresa en la comunidad.
- Mejor posición en el mercado laboral al incrementarse su reputación, y mejor interrelación con otros socios empresariales y autoridades, mejor acceso a las ayudas públicas gracias a la **mejor imagen de la empresa**.
- **Ahorro en costes e incremento de la rentabilidad**, debido a la mayor eficiencia en el uso de los recursos humanos y productivos.

- Penetración de **nuevos mercados** con un nivel de sensibilidad hacia las empresas corresponsables.

El poder presentar al mercado productos y servicios más eficientes en lo económico y en lo medioambiental (*ecoeficientes*), es sin duda una estrategia adecuada que redundará en una mayor penetración en el mercado o nuevos mercados y en consecuencia un mayor beneficio para la empresa.

La experiencia adquirida en las empresas que han apostado por la **ecoinnovación**, por ejemplo, pone de manifiesto que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. Así también, la aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación en el ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad. Mayor aprecio del trabajador por su empresa va directamente ligado a una mayor productividad.

5.

CONCLUSIONES. COMENCEMOS JUNTOS.

La Responsabilidad Social de la Empresa, es ya una realidad.

La sociedad cada vez más exige y selecciona a las empresas con un compromiso social decidido.

Si somos conscientes de la necesidad de un cambio en el modelo de producción y consumo, como nos recuerda ya la U.E. desde hace años, es necesario que las empresas tomen conciencia y se plantee de manera estratégica qué pueden hacer para sumarse a la RSE. Empezar con un momento de reflexión, de qué es y cómo se está gestionando la empresa, es muy importante, sólo así se dará inicio a un proceso de cambio.

Este proceso debe empezar desde la dirección/propiedad de la empresa pero ha de basarse en el diálogo con los grupos de interés tales como: trabajadores, proveedores, clientes, administración, organizaciones sociales, culturales, etc...aquellos que pueden aportar valor al producto que la empresa pone en el mercado. La RSE será una realidad si colaboramos toda la sociedad de manera conjunta, con un mismo interés y objetivo, conseguir

que en esta generación se dé un auténtico **desarrollo sostenible**.

En este contexto, la aplicación de la RSE en las empresas tiene como objetivo invertir en su **futuro**, ya que se espera que el compromiso que han adoptado voluntariamente contribuya a incrementar su rentabilidad, competitividad y permanencia en el mercado, además de ser la contribución empresarial al **desarrollo sostenible**. De esta manera se abre una vía para administrar el cambio y conciliar el **desarrollo social** con el aumento del valor económico, la competitividad y el respeto por el medio ambiente.

Desde la **Cámara de Valencia** se está trabajando ya hace años en poder acercar la RSE a las empresas y sobre todo a las más pequeñas y medianas empresa. Distintas actuaciones: Jornadas, Talleres, Diagnósticos de RSE, herramientas para poder hacer una sencilla memoria de sostenibilidad, publicación de buenas prácticas ambientales, publicación de un boletín de noticias, reuniones con empresas, participación en

jornadas y talleres de otras organizaciones, desarrollo de proyectos europeos en favor de colectivos más desfavorecidos, formación en RSE hacia los emprendedores, publicaciones de guías para facilitar la implantación de la RSE entre las empresas y cómo poder comunicar sus acciones en RSE, y otras actuaciones menores, conforman la aportación de la Cámara de Valencia a la RSE. Son actuaciones que realizamos de manera conjunta con administraciones y con empresas, porque consideramos que la RSE es algo de todos. Juntos pongamos en camino.

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