

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



INDICE

Presentación.....	2
1.-Introducción.....	4
2.-Definición RSC.....	5
3.-Beneficios de adoptar acciones de RSC.....	6
4.-Instrumentos de RSC que pueden implementar las empresas.....	7
5.-Guía ISO 26000.....	8
6.-Comportamientos adecuados a la RSC.....	9
7.-Estrategia española de RSC.....	14
8.- Ejecución de la RSC.....	16
9.-Información.....	18

PRESENTACIÓN

En la actualidad, las empresas del IBEX35 facilitan información sobre aspectos de RSC en sus memorias anuales siguiendo la mayoría los criterios del GRI, y en 2008 se crea el Consejo Estatal de la Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE). Se trata de un órgano consultivo del gobierno formado por representantes de organizaciones sindicales, empresariales, científicos, expertos en RSC, que guían y ayudan en el fomento de las acciones de RSC.

De acuerdo con la Estrategia Española de RSE, elaborada por el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas, se dice: “la responsabilidad social de la empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria por parte de la empresa, en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, ambientales 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 de los impactos que derivan de sus acciones” . Esto se apoya en los siguientes principios:

- **Competitividad:** identificación de las acciones en materia de RSE como una apuesta por la excelencia en la gestión, que facilita la innovación.
- **Cohesión social:** promoción de la igualdad de oportunidades, de la inclusión social, y reducción de los efectos sociales de las crisis económicas.
- **Creación de valor compartido:** con los principales grupos de interés involucrados y la sociedad en general.
- **Sostenibilidad:** desarrollo humano, económico y medioambiental sostenido en el tiempo, acompañado de progreso social.
- **Transparencia:** aumento de la credibilidad, de la confianza y del diálogo con los grupos de interés.
- **Voluntariedad:** la adopción de políticas de RSE es voluntaria, requiere un compromiso y supone un valor añadido al cumplimiento de la normativa.

Esta guía se enmarca dentro del IV Acuerdo Marco para la competitividad y la Innovación Empresarial de Castilla y León 2021-2027, periodo en el que se pretende llevar a cabo actuaciones para alcanzar el objetivo general de RSC y cada uno de los objetivos específicos se presentan a continuación:

- Acordar en el contexto del Diálogo Social un Nuevo Plan de RSE de Castilla y León para el periodo 2021-2027.
- Sensibilizar a las empresas y fomentar la implantación voluntaria de buenas prácticas de RSE en las empresas y entidades de economía social, así como su difusión.
- Impulsar la formación en aspectos relacionados con la RSE a los trabajadores y directivos de las empresas. Promover y apoyar los procesos de formación en técnicas de gestión socialmente responsable.
- Impulsar y apoyar la formación en RSE en las empresas, alineando los aspectos de la RSE con el alcance de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) del Pacto Mundial.
- Apoyar a las empresas para la adopción de estándares de reconocimiento de la RSE en las empresas.
- En el contexto de la Ley 11/2018 y en lo relativo a la información no financiera y diversidad de las empresas: apoyar a las empresas obligadas por esta Ley a elaborar los modelos de transparencia informativa en las empresas y apoyarlas en la obligación de elaborar y presentar Estados de Información “No Financiera y diversidad”.
- Divulgar los valores y la cultura de la RSE. Impulsar la incorporación del valor comprometido de la contribución personal y social a un modelo de sociedad más sostenible.
- Impulsar y apoyar actuaciones que mejoren en las empresas las condiciones de igualdad, conciliación, no discriminación y la inserción laboral de colectivos con mayores dificultades para acceder o mantenerse en el mercado laboral y aquellos en riesgo de exclusión social.
- Impulsar el emprendimiento social que resuelva necesidades sociales con propuestas sostenibles.
- Fomentar la participación empresarial en el ámbito relacionado con la cooperación internacional para el desarrollo. Impulsar la participación de empresas y emprendedores en proyectos de cooperación técnica para compartir buenas prácticas, innovación y conocimientos.

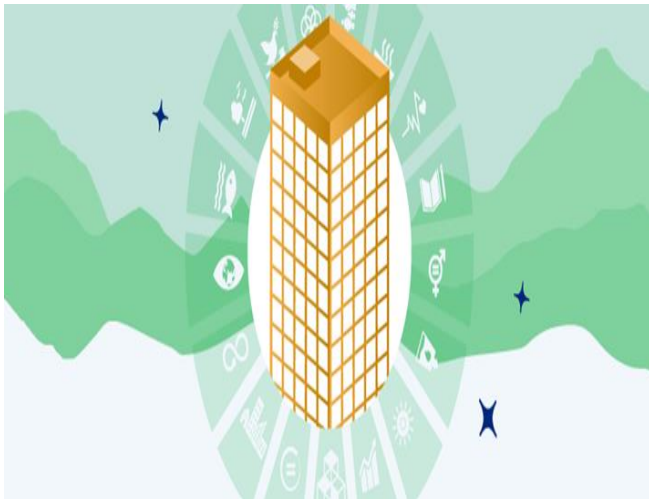
Las empresas pueden ir mucho más allá, pueden adoptar un compromiso de mejorar su entorno y comunidad.

1.-Introducción

En España, ya en el siglo XIX, surgieron ciertos movimientos cooperativos en distintos sectores empresariales, pero no será hasta la primera mitad del siglo XX —momento en que las empresas empiezan a crecer y a adquirir más poder—, cuando se comience a hablar de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como un cambio conceptual filantrópico, surgiendo con ello una nueva idea de empresa.

En la actualidad, está cada vez más asumido por gran parte de la sociedad que el “Desarrollo Sostenible” es la única salida viable de que dispone la humanidad para satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las de las generaciones futuras.

La sostenibilidad ha adquirido rango de derecho.



Por lo tanto, asumir el desarrollo sostenible supone un compromiso de todo el conjunto de la sociedad, de todos sus componentes y todas sus organizaciones, pudiendo decirse que los principios de la RSC son:

- Devolver a la sociedad parte de lo que ella misma aporta a la actividad empresarial.
- Minimizar los impactos negativos en la sociedad.
- Respetar las recomendaciones y directrices internacionales y nacionales en materia de RSC.
- Trabajar a favor del desarrollo de los derechos humanos.

En este sentido, la Responsabilidad Social Corporativa es el compromiso ético y voluntario que asumen las empresas para dirigir sus actividades de forma sostenible, tanto en su entorno inmediato (empleados) como en el externo (medio ambiente y sociedad).

2.-Definición RSC

La Responsabilidad Social Corporativa, conocida también como Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es un concepto transversal que afecta a distintos ámbitos de gestión de la empresa. Hace referencia al compromiso de la empresa de desarrollar sus actividades reduciendo el impacto que estas puedan generar en el medio ambiente y en sus grupos de interés.



Desde 2011, la Comisión Europea define la Responsabilidad Social de las Empresas como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores

Existen leyes, principios y compromisos entre países que tratan de conseguir que cada vez sean más las empresas que se impliquen con estas prácticas, si bien aún hoy día son recomendaciones sin carácter obligatorio.

La RSC se convierte en una herramienta comunicativa que refuerza la imagen de marca de las empresas, no es solo cumplir con la ley, es, además, proporcionar una serie de beneficios adicionales a la comunidad con el fin de fortalecer el vínculo con ella.

Analizando las diferentes definiciones de la RSC, se puede señalar que goza de las siguientes características:

- Es una actividad voluntaria que asumen las empresas.
- La RSC se incorpora a todo el proceso de producción y gestión de la empresa.
- Se centra fundamentalmente en la incorporación de valores en su modelo de gestión que implican un desarrollo sostenible de la sociedad.
- Exige un compromiso mayor que el mero cumplimiento de la legalidad.
- Su desarrollo supone la relación directa con los grupos de interés con los que la empresa se relaciona.

3.-Beneficios de adoptar acciones de RSC

Las acciones de responsabilidad social corporativa tienen grandes beneficios en cuanto a la reputación empresarial. En gran medida, son motivo de orgullo para las personas que trabajan en ellas y, por tanto, para la atracción y retención de talento una vez incorporada a su marca como empresa.

Pero también para inversores, proveedores, socios, clientes y la sociedad en general. Mejoran la imagen de marca, constituyen una ventaja competitiva y están mejor preparadas para relacionarse con administraciones, el resto de empresas y medios de comunicación.

En este sentido la RSE se puede desarrollar en ámbitos muy diferenciados, depende de los intereses de la empresa, del lugar donde operan y de la sensibilidad frente a determinados asuntos como la infancia, la desigualdad, el desarrollo comunitario de su zona, etc. Cabe emprender acciones de RSE en el área de los derechos humanos, pero también del medio ambiente, los derechos y políticas laborales o el buen gobierno, con la ética y la transparencia como principales acciones.



4.-Instrumentos de RSC que pueden implementar las empresas

Existen diferentes herramientas que las empresas pueden utilizar a la hora de adoptar acciones en RSC:

- Códigos de Conducta: Marcan estándares de actuación en las organizaciones. Son totalmente voluntarios.
- Guía ISO 26000: Es la ISO de la RSC. No es una norma certificable pero sí es auditable.
- Pacto Mundial de la ONU: Normativa con los 10 principios básicos de la RSC al que las organizaciones se pueden adherir.
- ISO 9001 Sistemas de gestión de la calidad: Es la ISO de la gestión de la calidad como mejora de toda la organización.
- Modelo EFQM: Modelo europeo de la gestión de la calidad.
- Global Reporting Initiative (GRI): Memorias de sostenibilidad.
- ISO 14001: gestión medioambiental: Trata de cómo fomentar el uso de las energías renovables, cómo ser respetuoso con el medio ambiente...
- Código de Buen Gobierno Corporativo: Creado en el 2006 y actualizado en 2015. Son directrices para fomentar actividades por la Alta Dirección de la Empresa para ir creando esa cultura de RSC en toda la organización.



5.-GUIA ISO 26000

La Guía ISO 26000 fue publicada en 2010 tras un proceso de seis años en el que intervinieron científicos y organizaciones empresariales. Además, es un estándar internacional que proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social. No es una norma certificable, sino una guía con recomendaciones y orientación en torno a la RSC.



Dentro de esta ISO 26000 se identifican siete materias que incluye la RSC y de las que se dan recomendaciones de actividades que se pueden llevar a cabo en las empresas:

- **Gobernanza de la organización:** Acciones que puede adoptar la Alta Dirección para implementar y fomentar este tipo de prácticas.
- **Derechos Humanos:** Ayudar a las comunidades donde vamos a cooperar en países pobres, por ejemplo, apadrinando niños huérfanos...
- **Prácticas laborales:** Preocupación por los Recursos Humanos: Conciliación, Formación de empleados...
- **Medio ambiente.**
- **Prácticas justas de operación:** ¿Cómo se comportan las empresas en sus transacciones y en sus relaciones con proveedores?
- **Asuntos de consumidores:** Darles toda la información sobre nuestros productos
- **Participación activa y desarrollo de la comunidad:** Fomentar iniciativas de todo tipo: culturales, deportivas, sociales, patrocinios...

En definitiva, la ISO 26000 es una norma muy completa que da muchas pautas e ideas de iniciativas a llevar a cabo y conseguir una buena implementación de Responsabilidad Social Corporativa en una empresa.

6.- Comportamientos adecuados a la RSC

Las empresas generalmente se comprometen fácil y rápidamente a los cambios con el fin de mejorar las relaciones con los proveedores (en general: de materiales y de capitales) o los clientes, la motivación de los trabajadores y la “atracción seducción” de la empresa en el mercado local, adaptándose a las oportunidades que ofrece el mercado.

Unas posibles recomendaciones prácticas y de casos para la relación con cada uno de los grupos de interés que de las que cada empresa deberá como prioritarios y los esfuerzos a realizar en cada uno de ellos, serían las siguientes:

➤ Con los Trabajadores

Las PYMES deberán propiciar el contexto y las circunstancias para que los trabajadores y trabajadoras estén orgullosos de la empresa en la que trabajan y sepan que se valora su contribución al negocio.

Para las empresas en un mercado cada vez más competitivo donde el talento y los valores intangibles de los empleados son cada vez más recursos escasos, atraer y retener a los mejores empleados representa una ventaja evidente.

La base de cualquier empresa la conforman el Capital Societario que aporta el dinero, pero igualmente importante es el Capital Humano que aporta su trabajo y experiencia para poder “reproducir” ese dinero. La persona es elemento fundamental dentro de la responsabilidad que la empresa tiene frente a la sociedad.



➤ **Con los Consumidores y Clientes**

Con respecto a los consumidores y clientes, la empresa es también responsable de sus productos/servicios, así como del uso.

Beneficios:

- Los clientes y consumidores quieren consumir productos cuyo proceso de producción sea justo y que respete su salud y seguridad.
- El acrecentar la calidad y fiabilidad de los productos y servicios, al adaptarse a las nuevas demandas del mercado y de la sociedad, reforzará la competitividad de la empresa.
- Se anticipará a los cambios al conocer mejor el mercado al que se enfrenta, obteniendo ventajas competitivas.
- Podrá acceder a la selección como “proveedora de grandes empresas”, que valoran muy positivamente en sus criterios de selección, las acciones de RSC.
- Los clientes y consumidores son inteligentes y enseguida apreciarán, con su fidelidad estos cuidados.



➤ **Con la Comunidad**

En términos de RSC, lo que se pretende es que las “acciones sociales” se integren como un elemento natural en la estrategia de negocio, en la cual las empresas deban realizar acciones que tengan un impacto positivo en el mismo, desde distintos puntos de vista.



Beneficios:

- Se mejora la imagen de marca y los trabajadores/as refuerzan su moral y satisfacción.
- Mejora la motivación y compromiso con la empresa de los trabajadores/as, y se contribuye a la formación.
- Se generan importantes ventajas sociales para la comunidad y nuevas perspectivas de crecimiento para la empresa.
- Se fortalece el tejido económico y social local (pe.: mediante la creación de viveros de empresas).
- Mejora de las relaciones con los clientes.
- Diferenciación con los competidores.

➤ **Con la Administración**

La relación con las Administraciones públicas es importante para muchas empresas, pero especialmente para las PYMES en el ámbito local. Además de vincular a la empresa con su entorno, la adopción de prácticas socialmente responsables tiene efectos positivos a la hora de participar en concursos y licitaciones para obras y compras públicas de ayuntamientos y otras administraciones locales o regionales.



Además, la Administración es uno de los principales impulsores de prácticas responsables. En cada una de las comunidades autónomas se están emprendiendo iniciativas para implicar a las empresas en materia de: igualdad de oportunidades, desarrollo local sostenible, bienestar social...

Beneficios:

- Las acciones de RSC tienen efectos positivos a la hora de participar en: concursos públicos y licitaciones, reconocimientos, concesión de subvenciones en todos los niveles administrativos.
- Contribuir al empleo local y la reconstrucción económica en caso de regiones deprimidas, mejorando la imagen y el impacto de la empresa ante la sociedad y la administración.
- Ser considerado como un “buen ciudadano” al cumplir con los requerimientos fiscales, ya que estos son los que engrosan los presupuestos de la administración, que son el mayor elemento de redistribución de la riqueza y del fomento del bienestar social.

➤ Con los proveedores

En términos de gestión responsable de los “proveedores o socios comerciales”, se debe tener en cuenta cada una de sus “intervenciones” en la cadena de valor, el control y la gestión del impacto: económico, social y ambiental, de su aprovisionamiento; es decir: los riesgos asociados a esta secuencia.



Las empresas no son un ente aislado, y un ejemplo cotidiano de su interacción con otras es la cadena de suministro, compuesta por los proveedores o socios comerciales. Es más, para la mayoría de las empresas las “buenas” relaciones con ellos son un tema clave, dada la incidencia “directa” en la “cadena de valor” de sus productos o servicios y en la reputación de la compañía.

Las PYMES son particularmente sensibles a los temas relacionados con el mercado ya que la mayoría de ellas forman parte de un mecanismo basado en una cadena de suministro integrada (incluso a nivel global), y/o abastecen directamente a grandes empresas que exigen el cumplimiento de normas internacionales.

➤ Con los competidores



Trabajar en red con otras empresas de vuestro sector o con inquietudes similares respecto a la RSC, puede tener un efecto positivo para maximizar el impacto de las acciones realizadas, optimizar recursos y ayudar a difundir y promover mejores prácticas

➤ Con el medio ambiente

Las empresas por su actividad provocan un impacto sobre el medioambiente ya que precisan consumir recursos que tras un proceso de transformación provocan desechos. La mayoría de estos impactos por la evolución económica se ha ido “acumulando” en el Planeta y provocan los denominados: Problemas Ecológicos Mundiales, además de otros desequilibrios sociales entre el Norte y el Sur muy graves.



Dichos impactos en la PYME deben:

- Identificarse: saber la fuente que lo genera y departamentos/ procesos implicados.
- Minimizarse en caso de ser negativo.
- Maximizarse en caso de ser positivo.

7. Estrategia española de RSC

La creación de un marco de referencia común para todo el territorio en materia de RSE, supone una necesidad no sólo desde el punto de vista de garantizar el cumplimiento y respeto de los principios de la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de Garantía de la Unidad de Mercado que puedan verse afectados por las políticas desarrolladas en materia de responsabilidad social, sino para buscar la coordinación y la suma de esfuerzos que resulta esencial para la efectividad de las políticas públicas.

Para avanzar en estos objetivos resulta preciso establecer líneas de actuación que orienten las prioridades tanto de las empresas y organizaciones como de los poderes públicos que deben jugar un papel de apoyo e impulso.

Las 10 líneas de actuación en torno a las cuales se han agrupado las medidas son las siguientes:

1. Promoción de la RSE como elemento impulsor de organizaciones más sostenibles.

2. Integración de la RSE en la educación, la formación y en la investigación.

3. Buen Gobierno y transparencia como instrumentos para el aumento de la confianza.

4. Gestión responsable de los recursos humanos y fomento del empleo.

5. Inversión socialmente responsable e I+D+i.

6. Relación con los proveedores.



7. Consumo responsable.
8. Respeto al medioambiente.
9. Cooperación al desarrollo.
10. Coordinación y participación.

La Estrategia se configura como el marco nacional de referencia en materia de RSE, y como el instrumento que favorecerá el impulso y desarrollo de la RSE en el tejido productivo de España

La Dirección General del Trabajo Autónomo, de la Economía Social y de la Responsabilidad Social de las Empresas, realizará un informe anual que se presentará al Consejo Estatal de la Responsabilidad Social de las Empresas y a la Conferencia Sectorial de Empleo y Asuntos Laborales.

8.-Ejecución de la RSC



Queda un largo camino por recorrer para poder afirmar que la responsabilidad social tiene una presencia generalizada.

Un objetivo ambicioso para cuya consecución juegan un papel fundamental tanto las administraciones públicas como las empresas y organizaciones.

En este sentido, debe ser responsabilidad de las Administraciones Públicas:

- Velar para que la asunción de la responsabilidad social por parte de las organizaciones sea real y cumpla con los criterios de materialidad.
- Impulsar la difusión de la RSE para que ésta llegue al conjunto de la sociedad.
- Velar porque la RSE vaya calando en todos los estadios del tejido productivo sin que ello suponga la inclusión de nuevas cargas administrativas o de otra índole.
- Erigirse como claros ejemplos de entidades responsables en todos y cada uno de sus ámbitos de influencia.

Así mismo, debe ser responsabilidad de las empresas y organizaciones:

- Definir estrategias de RSE que se adecuen al tipo y tamaño de la organización y lograr que dichas políticas de responsabilidad social trasciendan a los diferentes departamentos.

- Reforzar en dicha estrategia, en función de la situación socioeconómica de cada momento, aquellas cuestiones que puedan contribuir a dar respuesta a las necesidades prioritarias.
- Establecer canales de comunicación y diálogo fluidos con todos y cada uno de sus grupos de interés.
- Apostar por la innovación y las buenas prácticas dirigidas a avanzar para lograr un desarrollo sostenible.



9.- Información de referencia.

<https://www.escueladenegociosydireccion.com>

<https://www.economia3.com>

<https://www.thepowermba.com/es/blog/responsabilidad-social-corporativa>

<https://climate.selectra.com/es/empresas/responsabilidad-social-corporativa>

<https://www.thepowermba.com/es/blog/responsabilidad-social-corporativa>

<https://www.mites.gob.es/ficheros/rse>

[Observatorio de responsabilidad social corporativa](#)