# Responsabilidad Social Empresarial
## en empresas rurales y pesqueras

Guía orientativa

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

fedetcas

# 1. PRINCIPALES ASPECTOS

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 1.1 ¿Por qué elaborar una guía sobre RSC para las pymes?

En primer lugar debemos entender que es la RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA y como puede mejorar la gestión y la competitividad de nuestras pymes

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 1.1 ¿Por qué elaborar una guía sobre RSC para las pymes?

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una forma de dirigir las empresas basada en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus grupos de interés y que tiene una triple vertiente: económica, social y medioambiental

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 1.1 ¿Por qué elaborar una guía sobre RSC para las pymes?

La RSC es la contribución activa y voluntaria de las empresas al mejoramiento social, económico y ambiental de su entorno

Los grupos de interés son aquellos individuos o grupos que pueden verse afectados por las actividades, productos o servicios de nuestra empresa, o cuyas acciones puedan afectar nuestra capacidad para desarrollar con éxito nuestras estrategias y alcanzar nuestros objetivos

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 1.1 ¿Por qué elaborar una guía sobre RSC para las pymes?

Decidimos elaborar esta guía principalmente para dar a conocer los BENEFICIOS que presenta para una empresa el implantar una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa en su Pyme. Algunos de estos beneficios son:

- Ventaja competitiva
- Mejora de la reputación
- Capacidad para atraer y retener a trabajadores, clientes o usuarios
- Mantener la motivación, el compromiso y la productividad de los empleados
- Mejora de la percepción de los posibles inversores, donantes, patrocinadores, entidades financieras
- Mejora de las relaciones en la empresa y con gobiernos, medios de comunicación, clientes, proveedores, con el entorno y la comunidad social que rodea a la empresa

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 1.2 Estructura de la Guía

1. **Nociones básicas de RSE**

   1.1.Antecedentes: El concepto de sostenibilidad empresarial
   1.2.Marco conceptual de la RSE: concepto y alcance
   1.3.Beneficios de implantar la RSE en la empresa
   1.4.¿Por qué es importante aplicar la RSE en zonas rurales y pesqueras?

2. **Pasos a seguir para implantar una estrategia de RSE en la empresa**

   2.1.Diálogo con los Grupos de Interés (GI)
   2.2.Diagnóstico Previo
   2.3.Plan de Acción
   2.4.Comunicación

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 1.2 Estructura de la Guía

3. **Herramientas de Gestión de la RSC: Normas estándares y certificaciones**

   **3.1.Principios y códigos éticos o de conducta**
   Global Compact – Pacto Mundial de las Naciones Unidas
   Líneas directrices para empresas multinacionales (OCDE)

   **3.2.Normas y sistemas de gestión en materia de RSC**
   SA 8000 Responsabilidad Social
   Guía sobre Responsabilidad Social ISO 26.000
   SGE21: 2008 Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable

4. **Glosario de términos**

5. **Herramientas y sitios de interés**

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 1.3 Donde encontrar de la Guía

La guía la podéis descargar de forma GRATUITA en la web de FEDETCAS en el siguiente enlace: http://www.fedetcas.org/descargas/

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2. APLICACIÓN DE LA RSC EN PYMES RURALES Y PESQUERAS DE LA PROVINCIA DE CASTELLÓN

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.1 Nociones básicas

El desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.1 Nociones básicas

La **sostenibilidad empresarial** es un término asociado a la capacidad de algunas empresas para garantizar su continuidad, viabilidad y posicionamiento.
Recientes estudios en la materia han revelado que los consumidores valoran mejor a aquellas organizaciones que gestionan eficazmente los riesgos que su actividad supone, pues en cierta forma es una garantía de buen servicio y calidad. Lo que menos quieren es inestabilidad e improvisación.
Sin embargo, no en todos los casos es fácil alcanzar un buen nivel de **sostenibilidad empresarial.** Decisiones erradas, escasa selección de prioridades, mala planificación, estrategias inoportunas, entre otras, son las principales causas que impiden alcanzar resultados eficaces en este sentido.

# 2.1 Nociones básicas

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.1 Nociones básicas

RSC

Responsabilidad Social Corporativa

La responsabilidad social corporativa es una iniciativa de carácter voluntario a través de la cual las empresas deciden integrar las preocupaciones sociales y medioambientales de su entorno en sus decisiones de negocio, yendo más allá del cumplimiento de la legislación.

Las empresas que se embarcan en una estrategia de RSC eligen tomar en consideración las repercusiones de su actividad en la sociedad adoptando una actitud proactiva, promoviendo la mejora continua de las relaciones entre la empresa y las personas, entidades y entorno con los que interactúa.

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA

CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.1 Nociones básicas

**¿Qué implica la adopción de una estrategia de RSE?**

- Contar con la **convicción** por parte de la dirección de la empresa de los valores y principios orientados a satisfacer las expectativas de las partes interesadas.
- Que debe existir **coherencia** entre los valores asumidos en el marco de la política RSE y las decisiones y acciones implementadas por la empresa.
- Asumir un **compromiso** para con el desarrollo sostenible siendo conscientes de sus consecuencias e impactos.
- **Sensibilizar** tanto a las personas que conforman la empresa como a las partes interesadas con las que se relaciona.
- La necesidad de realizar un **seguimiento y control** de los avances que garanticen la mejora progresiva de la acción de la empresa en el marco de la RSE.
- La obligación de ser **transparente y comunicar** a la sociedad y a las partes interesadas el comportamiento empresarial, de los impactos producidos y del grado de cumplimiento de los objetivos y metas definidos.

# 2.1 Nociones básicas

## Beneficios de implantar la RSC en la empresa

- Mayor eficiencia en la gestión
- Mejora de imagen de la empresa y del clima laboral.
- Mejoras sobre los valores y el entorno de la empresa.
- Potenciar asociaciones y alianzas estratégicas con proveedores u otros actores del territorio.
- Mejor manejo o prevención de conflictos con distintos colectivos sociales (trabajadores, vecinos, organizaciones ambientales, etc.).
- Identificación temprana de nuevas líneas de negocio o nuevos nichos de mercado.

# 2.1 Nociones básicas

## ¿Por qué es importante aplicar la RSE en zonas rurales y pesqueras?

La naturaleza de PYME y micro empresas, pone de manifiesto la necesidad de aprovechar todas las estrategias empresariales que promuevan no sólo actitudes proactivas de cuidado y respeto por el entorno social y ambiental, sino también que incentiven la colaboración y escucha activa entre todos los actores sociales del territorio.

La RSE aparece entonces como una herramienta clave, que durante la última década ha buscado la manera de expandirse y adaptarse partiendo de la experiencia de las grandes empresas.

En los últimos años se ha hecho un esfuerzo por diseñar y desarrollar herramientas que adapten las metodologías de la RSE a las PYME y a los recursos que éstas tienen a su alcance. A diferencia del objetivo de las grandes empresas en las que se quiere obtener una certificación o un Sistema de Gestión de RSE en términos formales, en el caso de las PYME éste no es el objetivo prioritario, sino el de integrar la visión RSE en el negocio e incorporar nuevos valores, factores de análisis y herramientas de gestión.

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

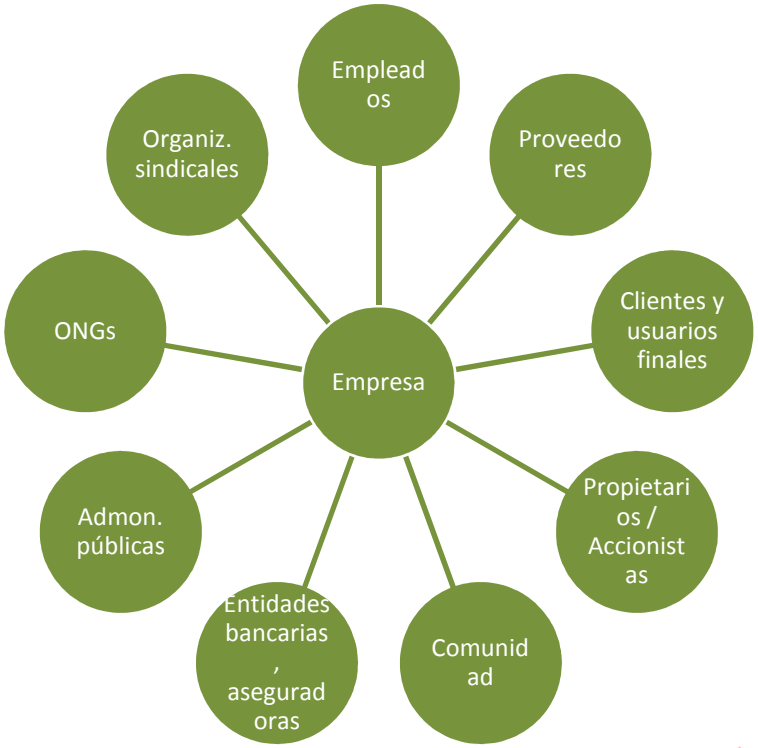
# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

**DIALOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS**

El diálogo con los grupos de interés se considera el núcleo de una estrategia de RSE, y el resto de pasos giran en torno a este núcleo. Su importancia radica en que si la RSE busca integrar las preocupaciones sociales en la estrategia empresarial, primero hay que conocer cuáles son estas preocupaciones y la fuente de esta información son nuestros grupos de interés. Así también, este diálogo debe permitir transmitir información de la empresa hacia los GI con el objetivo de mejorar la relación con estos grupos.

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

**DIALOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS**




**Esquema de los principales grupos de interés (Stakeholders) de una organización empresarial**

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

## DIALOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS – EJEMPLOS

| Categoría | Grupo de interés | Temas de interés | | Posibles líneas de acción |
|---|---|---|---|---|
| | | Para el Grupo de Interés | Para la empresa | |
| Proveedores | Proveedores de productos locales | Comprometer cantidades de consumo constantes, pago a tiempo | Precio y calidad de los productos, ofrecer visitas a las explotaciones agrarias y ganaderas a sus visitantes como parte de turismo vivencial. | - Asegurar el pago oportuno y prioritario de estos proveedores.<br>- Plantear una alianza estratégica por la que se ofrezca a nuestros clientes visitas a las explotaciones agrarias y ganaderas. turismo vivencial / experiencial |
| Clientes | Deportistas (ciclistas, escaladores, etc.) | Contar con información y/o servicios que faciliten su actividad deportiva | Establecer a este colectivo como clientes frecuentes. | - Establecer contactos con empresas de servicios relacionadas con los deportes identificados y valorar su calidad para así poder realizar recomendaciones adecuadas a los clientes.<br>- Mantener actualizada la información recogida.<br>- Valorar la posibilidad de ofrecer algunos servicios como parte de nuestra actividad. |

**Mapa de Grupos de Interés priorizados de una empresa de turismo rural**

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

## DIALOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS – EJEMPLOS

| Categoría | Grupo de interés | Temas de interés | | Posibles líneas de acción |
|---|---|---|---|---|
| | | Para el Grupo de Interés | Para la Cofradia de Pescadores | |
| Recursos Humanos | Personal contratado | Salarios, pago a tiempo, condiciones laborales, formación, conciliación familiar, igualdad de oportunidades en el proceso de contratación, seguridad laboral, seguridad y salud en el trabajo | Productividad, buen clima laboral, compromiso, eficiencia, innovación. | - Establecer un proceso de selección del personal que garantice la objetividad, transparencia, igualdad de oportunidades y la no discriminación.<br>- Establecer canales de comunicación sencillos y accesibles a todos los empleados donde puedan transmitirse sus sugerencias y observaciones de manera confidencial.<br>- Elaborar un plan de comunicación interna |
| Clientes | Clientes mayoristas | Calidad y precio del producto, facilidades de pago, buena atención, servicios adecuados (acceso, transporte), localización | Pago a tiempo, fidelidad de clientes | - Mejorar la accesibilidad de la Lonja<br>- Evaluar necesidad de mejoras en las instalaciones<br>- Evaluar la posibilidad de implementar nuevos mecanismos de pago. |

**Mapa de Grupos de Interés priorizados de una Cofradía de Pescadores**

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

**FASE 1 - DIAGNOSTICO**

El Diagnóstico previo consiste en un autoanálisis que realiza la empresa para conocer cuál es el punto de partida en relación a los puntos que conciernen a la RSE. Este diagnóstico debe permitir a la empresa:

- ❑Identificar de manera consciente aquellas acciones que ha venido realizando de forma aislada y que pueden ser puestas en valor e integradas dentro de una estrategia RSE.
- ❑Identificar otras acciones que podrían realizarse y que contribuirían a mejorar su competitividad y sus relaciones con su entorno y sus grupos de interés.

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

**FASE 1 - DIAGNOSTICO**

El diagnóstico debe abarcar tanto las relaciones de la empresa en el **ámbito interno** (empleados, directivos, propietarios, sindicatos), y el **externo** (proveedores de productos y servicios en toda la cadena de valor, administraciones públicas, organizaciones sociales, etc.).

El resultado del trabajo de diagnóstico debe ser un breve informe en el que se identifiquen los **puntos fuertes y débiles** de la empresa en materia de RSE para cada uno de los ámbitos analizados.

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

**FASE 1 – DIAGNOSTICO - EJEMPLOS**

Para realizar un correcto diagnóstico de la empresa en materia de RSC hay que analizar aspectos tales como:

-Características de los RRHH de la empresa: organigrama, tipo contratos, antigüedad, balance hombres/mujeres, edad media de la plantilla etc
-Misión, visión y valores de la empresa
-Principios y código ético/de conducta de la empresa
-Estructura de toma de decisiones de la empresa
-Cadena de valor de la empresa
-Sistemas de comunicación internos y externos
-Marco legal
-Sistemas de gestión de clientes, proveedores etc

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

**FASE 2 – PLAN DE ACCIÓN**

Tomando como punto de partida el diagnóstico realizado y los recursos disponibles, la empresa deberá diseñar un plan de acción para el siguiente período de actuación con el objeto de mejorar progresivamente en materia de RSE.

Los resultados del diagnóstico serán la base para establecer líneas de acción que deberán ser priorizadas y programadas a través del tiempo según las restricciones de recursos.

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

**FASE 2 – PLAN DE ACCIÓN**

El proceso de planificación que se desarrolla para elaborar el Plan de Acción incluye:

- Definir el objetivo general de la estrategia de empresa en el marco de la RSE en el medio y largo plazo.
- Definir los objetivos específicos o líneas de acción.
- Identificar las acciones asociadas al cumplimiento de estos objetivos específicos.
- Gestionar y coordinar los recursos de manera eficiente y eficaz para la implementación de las acciones.
- Establecer un sistema simple de seguimiento y control de la ejecución que permita evaluar el avance conseguido por la empresa.

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

**FASE 2 – PLAN DE ACCIÓN**

¿En qué podemos basar nuestro plan de acción?

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

**FASE 2 – PLAN DE ACCIÓN - EJEMPLOS**

| Ámbito | Buenas prácticas |
|---|---|
| **Dirección empresarial** | – Identificación y priorización de los grupos de interés<br>– Integración de las necesidades y expectativas de los grupos de interés en los sistemas de gestión de la empresa<br>– Identificación sistemática de las responsabilidades legales<br>– Implementar Sistemas de Gestión en materia de calidad, ambiental, prevención de riesgos laborales u otros<br>– Adherirse a estándares internacionales de RSE |
| **Clientes** | – Sistema de evaluación y seguimiento del nivel de satisfacción de sus clientes<br>– Sistema de evaluación de reclamaciones y sugerencias<br>– Política ética en materia de publicidad<br>– Proporcionar información clara, precisa, veraz y transparente de los productos<br>– Canal de comunicación para resolución de quejas y se recojan sus sugerencias<br>– Comunicación de acciones en materia de RSE |

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

| FASE 2 – PLAN DE ACCIÓN - EJEMPLOS | |
|---|---|
| **Ámbito** | **Buenas prácticas** |
| **Entorno social** | – Cooperación con actividades y entidades sociales<br>– Participación en asuntos municipales a través de los foros o consejos de participación ciudadana<br>– Establecer acuerdos de colaboración con ONGs u otras organizaciones de fines sociales<br>– Canal de comunicación para resolución de quejas y sugerencias<br>– Comunicación de acciones en materia de RSE |
| **Proveedores y subcontratistas** | – Implementar mecanismos de evaluación y selección de proveedores a partir de criterios de calidad, respecto al medio ambiente, derechos humanos, seguridad y salud laboral.<br>– Sistema de evaluación del trato respetuoso a proveedores y subcontratistas<br>– Identificar oportunidades para establecer alianzas o colaboraciones con proveedores para la mejora de procesos , productos y servicios<br>– Canal de comunicación para resolución de quejas y se recojan sus sugerencias<br>– Comunicación de acciones en materia de RSE |

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

**FASE 3 – COMUNICACIÓN**

En el marco de la RSC, las acciones de comunicación ya no se centran en construir canales unidireccionales por los que la empresa actúa simplemente como emisor de mensajes y contenidos.

El diálogo con los grupos de interés es el núcleo de la estrategia RSE y por ello requiere de una estrategia de comunicación bidireccional a través de la cual la empresa pueda captar, recibir y procesar información de sus grupos de interés con el objetivo de identificar sus expectativas e integrarlas a su gestión empresarial.

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

**FASE 3 – COMUNICACIÓN**

La estrategia de comunicación de la RSC tiene dos objetivos:

- ❖Informar a los grupos de interés sobre el comportamiento de la empresa en materia de RSE de manera que éstos puedan hacerse una idea sobre el compromiso, esfuerzo y contribuciones de la empresa para con su entorno.

- ❖Asegurar los canales de diálogo y comunicación con los grupos de interés, que permitan captar adecuadamente las preocupaciones e inquietudes y las oportunidades existentes en su entorno. Esto implica que además de existir determinados canales de comunicación también deben existir los medios para procesar y analizar la información captada.

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

**FASE 3 – COMUNICACIÓN**

**Recomendaciones para la comunicación RSE**

- Compromiso de transparencia a largo plazo. La empresa debe estar dispuesta a informar no sólo de los éxitos conseguidos sino también de los posibles fracasos.
- Centrar la comunicación en resultados objetivos, demostrables y tangibles.
- Cuidar la presentación de la información. La forma es tan importante como el fondo. La información debe ser rigurosa pero atractiva.
- Intentar involucrar a los grupos de interés en el diseño del Plan de Comunicación
- Cuidar la autenticidad de la información. Establecer mecanismos de comprobación y verificación de la información que se comunica.

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

**FASE 3 – COMUNICACIÓN**

**MEMORIAS O INFORMES DE SOSTENIBILIDAD**

Instrumento para
COMUNICAR y DEMOSTRAR
que el comportamiento
ambiental, social y económico
de una empresa es coherente con su
compromiso de sostenibilidad.

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.2 Pasos para implantar una estrategia de RSC en una Pyme

**FASE 3 – COMUNICACIÓN - EJEMPLOS**

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.3 Herramientas de gestión de la RSC

En los últimos años han surgido diferentes iniciativas mundiales, nacionales y regionales que han impulsado la incorporación de la responsabilidad social en la estrategia empresarial.

La variedad y diversidad de herramientas surgidas en los últimos años, así como su reconocimiento creciente en los países con índices más elevados de desarrollo ha generado cierta confusión acerca de cuáles son las herramientas y normas idóneas para incorporar una dinámica de trabajo en materia de RSE en las empresas. Existes varias opciones al respecto.

# 2.3 Herramientas de gestión de la RSC

En el capítulo de códigos de conducta o principios, hay que destacar, en el ámbito mundial, los Principios del Global Compact o Pacto Mundial de las Naciones Unidas en materia de RSE, lanzado en 1999, que incluyen compromisos referidos a los derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anticorrupción. El Pacto Mundial es un instrumento voluntario al que pueden adscribirse las empresas (de cualquier sector y características) y organizaciones laborales y civiles, basado en diez principios que deben ser implantados por cada organización firmante, que a su vez se compromete a difundir los progresos realizados.

# 2.3 Herramientas de gestión de la RSC

La OCDE publicó en el año 2000 (actualizadas recientemente en 2011) sus Líneas Directrices para Empresas Multinacionales con la finalidad de promover la cooperación de las multinacionales al desarrollo sostenible, así como fomentar las actuaciones responsables de estas empresas en las comunidades en las que operan. El documento incluye recomendaciones dirigidas a empresas multinacionales con el fin de promover un comportamiento responsable de las mismas, instaurar un clima favorable para la inversión internacional e incrementar las aportaciones positivas de las multinacionales en los campos económico, social y medioambiental.

# 2.3 Herramientas de gestión de la RSC

La Norma de Responsabilidad Social SA8000, de carácter voluntario y auditable por terceras partes, fue desarrollada por Social Accountability International (SAI), organización no gubernamental y sin ánimo de lucro creada en 1997 y cuyo objetivo es la mejora de las condiciones laborales y de calidad de vida de las comunidades locales en todo el mundo. La Norma SA8000 constituye una herramienta para establecer un sistema de gestión empresarial que persiga la mejora continua de los aspectos sociales y laborales (incluyendo los de las empresas proveedoras y subcontratistas), basándose en el cumplimiento de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, Convenciones y Recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

# 2.3 Herramientas de gestión de la RSC

En 2010 la Organización Internacional de Normalización (ISO) publicó la norma internacional ISO 26000:2010 Guía de Responsabilidad Social con el objetivo de ser un referente mundial en responsabilidad social. Cabe destacar que la norma ISO 26000 es una norma de orientación, una guía para ayudar a desarrollar programas que integren las prácticas de responsabilidad social en el día a día de la organización, y no un documento de especificaciones destinadas a la certificación de terceros.

# 2.3 Herramientas de gestión de la RSC

Norma para la evaluación de la gestión ética y socialmente responsable en las organizaciones. Forética, propietaria de la Norma SGE 21. La Gestión Ética y Socialmente Responsable es voluntaria. No obstante, requiere un compromiso que demuestre al menos tres elementos esenciales. En primer lugar, su integración en la estrategia y procesos de la organización. En segundo lugar, el impulso del diálogo y el conocimiento de las expectativas de los grupos de interés. Por último, el fomento de la transparencia y la comunicación.

# 2.4 Enlaces de interés

**La Generalitat Valenciana y la RSC**

http://www.transparencia.gva.es/va/

El portal de la Conselleria de Transparencia, Responsabilidad Social, Participación y Cooperación contiene amplia información sobre normativa y buenas prácticas en la responsabilidad social. Desde la Conselleria, se está fomentando la implantación de la responsabilidad social en todos los ámbitos de la sociedad; recientemente han publicado en 2016 una Guía para la inclusión de clausulas de responsabilidad social en la contratación y en subvenciones de la Generalitat y su sector público.

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

# 2.4 Enlaces de interés

**Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa**

http://www.observatoriorsc.org/

El Observatorio de RSC es una plataforma de cooperación e investigación para potenciar la RSC en las empresas, de sensibilización y de seguimiento de las políticas públicas y sus aplicaciones prácticas. En el apartado de recursos puede encontrarse publicaciones muy interesantes entre las que destaca la "Guía de RSC para las Pymes. La responsabilidad está en tus manos".

# 2.4 Enlaces de interés

**Responsabilidad Social Corporativa en las Pymes**

https://www.camara.es/responsabilidad-social-corporativa-en-la-pyme

Manual práctico elaborado por la Cámara de Comercio de España, en el que las empresas pueden seguir, paso a paso, las estrategias, decisiones, plazos y acuerdos necesarios para implantar la Responsabilidad Social Corporativa.

# 3. ALGUNOS EJEMPLOS PRÁCTICOS

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

**Nombre de la empresa:**
Koffie Kàn

**Sector:**
Alimentación y bebidas

**Actividad principal**
Torrefacción de café

**Ciudad/país:**
Wenduine, Bélgica

**Sitio web:**
www.koffiekan.be

**Número de trabajadores:**
3

**Número de trabajadores:**
Confidencial

**Objetivos de RSE:**
Comunidad, medio ambiente

# Koffie Kàn

## ¿Qué acciones adoptamos y quién participó?

Como pequeña empresa, Koffie Kàn se ha integrado a su comunidad desde 1972. Creemos que "la torrefacción de café es parte integral de la vida cotidiana del pueblo, del mismo modo que la cocción del pan". Nos enorgullece ser buenos miembros de la comunidad, mostrar una gran implicación y dialogar de forma abierta con todos; además, prestamos especial atención al impacto medioambiental de nuestra empresa. Koffie Kàn participa ayudando a grupos locales y proyectos de desarrollo social en el extranjero.

## Algunos ejemplos de responsabilidad empresarial:

- Pagamos unas tarifas superiores a las del mercado por el grano de café de plantaciones pequeñas, con lo que los productores tienen una fuente segura de ingresos.

- Invertimos los beneficios de las ventas de otras mezclas de café más importantes en un proyecto de ayuda a las mujeres de Honduras.
- Luchamos por reducir al mínimo posible el impacto de la empresa sobre el medio ambiente;
- Donamos una tostadora vieja a un pequeño productor de café de Méjico –nuestra comunidad, clientes y proveedores consiguieron los fondos necesarios para transportarla– y le enseñamos a utilizarla para que pudiera abastecer al mercado local.

## ¿Por qué actuamos?

Creemos que debemos estar cerca de las personas para las que trabajamos y por eso estamos en el corazón de Wenduine y promovemos relaciones cordiales con la comunidad. Koffie Kàn también ayuda a las pequeñas plantaciones de café, que a su vez nos ofrecen un café de primera calidad.

## ¿Qué beneficios obtuvimos?

Koffie Kàn ha obtenido beneficios en términos de fidelidad de nuestros clientes y ha mantenido el prestigio en su comunidad. Nuestra reputación ha mejorado gracias al apoyo a proyectos de desarrollo social, y al añadir productos biológicos y de comercio justo a nuestra gama de productos de gran calidad.

## ¿Cómo comunicamos nuestro éxito y a quién?

Koffie Kàn se comunica de forma informal y directa con la comunidad que le rodea. Se ha sensibilizado a los clientes mediante la recaudación de fondos para transportar nuestra vieja tostadora a Méjico.

**Nombre de la empresa:**
S.C Galfinband S.A.

**Sector:**
Fabricación (metalurgia)

**Actividad principal**
Producción de cintas de acero laminadas en frío, abrazaderas de acero de embalaje lacadas y alambre ahuecado para utilizar en sistemas de automatización industrial, sistemas de comunicación y equipos tecnológicos.

**Ciudad/país:**
Galati, Rumanía

**Sitio web:**
www.galfinband.ro

**Número de trabajadores:**
109

**Número de trabajadores:**
Confidencial

**Objetivos de RSE:**
Comunidad, formación y patrocinio

# S.C Galfinband S.A.

## ¿Qué acciones adoptamos y quién participó?

Galfinband emprende todas sus actividades con una actitud respetuosa con el medio ambiente y cree que es importante desarrollar las habilidades de los trabajadores y contribuir a mejorar la formación de la comunidad local.

## Algunos ejemplos de responsabilidad empresarial:

- Colaboración con la universidad local para ofrecer a los estudiantes conocimientos sobre informática.
- Financiación de una moderna sala de informática con 14 ordenadores, todo el equipo necesario y acceso a Internet para el colegio local Simion Mehedinti de Galati.
- Patrocinio y apoyo en actividades y mejoras locales.
- Fomento de todo tipo de educación para hijos de trabajadores que tengan buenos resultados mediante la concesión de premios anuales.
- Patrocinio de algunas actividades de la comunidad local.
- Incorporación de las preocupaciones medioambientales a las actividades principales de la empresa: reducir, gestionar y reciclar los residuos, formar a los empleados en materia de medio ambiente para que actúen como ejemplo en la comunidad local y aplicar tecnologías que ahorren el consumo de recursos.

## ¿Por qué actuamos?

Galfinband ha adquirido el compromiso de ser socialmente responsable en su sector y siente que debe predicar con el ejemplo. Para ello debemos de mejorar la motivación de nuestros trabajadores y desarrollar sus habilidades, lo que nos ayudará a que la empresa tenga más éxito. Mejorando el nivel educativo local destinando subvenciones, tiempo y conocimientos, podremos seleccionar y formar a personas para nuestra empresa y contribuiremos activamente al desarrollo de la comunidad.

## ¿Qué beneficios obtuvimos?

El beneficio fundamental de las acciones de Galfinband, como contribuyente a través de los impuestos al presupuesto local, ha sido la consolidación de su reputación en la comunidad y ante las autoridades locales. La comunidad local prefiere trabajar en Galfinband porque se preocupa por sus trabajadores y sus familias. También ha establecido colaboraciones con empresas de varios sectores, por ejemplo, de tratamiento de residuos, con las que hemos desarrollado oportunidades de negocio mediante nuestros esfuerzos como empresas responsables.

Por último, la inversión de parte de los beneficios de la empresa en proyectos de desarrollo y mejoras locales aumenta la motivación de los trabajadores ya que ven muestras de nuestro apoyo a la comunidad en la que viven. Un ejemplo de ello es la participación creciente de los empleados y sus familias en acciones de ayuda a la comunidad local.

## ¿Cómo comunicamos nuestro éxito y a quién?

Galfinband hace publicidad de forma ocasional de sus actividades responsables. Algunos de los proyectos de la comunidad local en los que participamos ayudan a dar a conocer nuestro trabajo, por ejemplo, entre los medios de comunicación y grupos importantes como las autoridades locales.

**Nombre de la empresa:**
Lippemeier Gebäudereinigungsdienst GmbH

**Sector:**
Servicios

**Actividad principal**
Servicios de limpieza; por ejemplo, limpieza de mantenimiento, cristales, instituciones, obras, alfombras, limpieza industrial y limpieza doméstica.

**Ciudad/país:**
Schönaich, Alemania

**Sitio web:**
www.lippemeier.com

**Número de trabajadores:**
40 a jornada completa, 255 a tiempo parcial

**Número de trabajadores:**
Confidencial

**Objetivos de RSE:**
Medioambiente, trabajadores, formación y relaciones empresariales

# Lippemeier Gebäudereinigungsdienst GmbH

## ¿Qué acciones adoptamos y quién participó?

Como empresa dedicada a la limpieza industrial, en Lippemeier creemos tener la oportunidad y el deber de ofrecer servicios sin dañar el medio ambiente. La empresa también vela por el bienestar de sus empleados y por crear puestos de trabajo sostenibles.

## Algunos ejemplos de responsabilidad empresarial:

- Utilización de procedimiento y equipos sostenibles, así como nuestro sistema de limpieza de suelos "Envirostar Green".
- Utilización de materiales respetuosos con el medio ambiente que reducen la necesidad de aplicar productos químicos más fuertes; un ejemplo es nuestro revestimiento antiadherente que facilita la limpieza.
- Construcción de un nuevo edificio de la empresa con paneles solares para la calefacción, pavimentación ecológica (Eco-paving) y una "biozona" para plantas y libélulas.
- Uso de agua de lluvia para lavar los equipos de limpieza.
- Aplicación de un programa de educación para ofrecer oportunidades de formación a los jóvenes que empiezan y a los trabajadores mayores con muchos años de servicio en la empresa.
- Horario flexible para mujeres con hijos pequeños.

- Conclusión del sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales (EMAS) en 2005.

## ¿Por qué actuamos?

El éxito a largo plazo de nuestra empresa depende de su reputación, de la motivación, formación y los conocimientos de los trabajadores y, en cierto modo, del esfuerzo continuo para proteger el medioambiente.

## ¿Qué beneficios obtuvimos?

Lippemeier se ha beneficiado principalmente de la mejora de la posición de la empresa ante los bancos (valoran positivamente los aspectos económicos e intangibles) y en la mejora de la imagen de la empresa. Esta mejora ha otorgado a Lippemeier una ventaja sobre la competencia y ha le ha permitido obtener "publicidad" gratuita gracias a la extensa y positiva cobertura de la prensa local. En definitiva, la responsabilidad empresarial nos ha permitido establecer relaciones win-win y lograr un equilibrio entre nuestros objetivos económicos, sociales y medioambientales.

## ¿Cómo comunicamos nuestro éxito y a quién?

La prensa cubrió la obtención del Premio de Medio Ambiente de Baden-Württemberg 2001/2002. Por regla general, el éxito y los logros de la empresa se anuncian a través de la prensa local y en cooperación con BAUM y Modell Hohenlohe una iniciativa regional de gestión sotenible y respetuosa con el medioambiente.

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ

fedetcas

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE TRANSPARÈNCIA, RESPONSABILITAT SOCIAL, PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ