

FINANCIA:



SOCIEDADES LABORALES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



INDICE

1.	PRESENTACIÓN	2
2.	LAS SOCIEDADES LABORALES EN ESPAÑA	4
3.	LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	6
4.	LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA UNIÓN EUROPEA	20
5.	LA SITUACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ESPAÑA	28
6.	LAS SOCIEDADES LABORALES ANTE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	35
7.	QUE SE PUEDE HACER.....	66
8.	BIBLIOGRAFÍA.....	117

I. PRESENTACIÓN

La necesidad de realizar este informe se sostiene en la escasa presencia de las sociedades laborales y, por extensión de la economía social en su conjunto, en las actividades de responsabilidad social, pues a menudo piensan que es un tema que no les atañe. Sin embargo, el actual panorama empresarial exige cada vez el compromiso de todas las empresas, sea cual sea su fórmula jurídica y su dimensión empresarial, en el ámbito de la sociedad.

En este sentido, el objetivo del presente proyecto es el impulso y la integración de las políticas y estrategias de responsabilidad social en la gestión y la actividad cotidiana de las sociedades laborales. A menudo las sociedades laborales, mayoritariamente microempresas y pequeñas empresas, consideran que la responsabilidad social es algo que afecta, sobre todo, a las empresas de mayor dimensión.

Es importante señalar que el ámbito externo de la responsabilidad social afecta a toda la sociedad en general, a los proveedores, a los consumidores, a la clientela, a los contratistas, etc., es decir, a todas las partes interesadas o stakeholders, que son las personas o colectivos con los que la empresa se relaciona y a las que debe aportar un beneficio –económico, social o ambiental- si trabaja conforme a la Responsabilidad Social, sea cual la fórmula jurídica bajo la que produzca y venda sus productos o preste sus servicios.

Este objetivo genérico se estructura en los siguientes objetivos específicos:

- Mejorar el grado de conocimiento entre las sociedades laborales de lo que representa la responsabilidad social y de su importancia para obtener ventajas competitivas
- Informar y sensibilizar a las sociedades laborales sobre la importancia de avanzar en el desarrollo de estrategias de responsabilidad social
- Reforzar el compromiso práctico de las sociedades laborales con la responsabilidad social
- Mejorar la percepción social de las sociedades laborales como consecuencia de la aplicación de los criterios y principios de la responsabilidad social

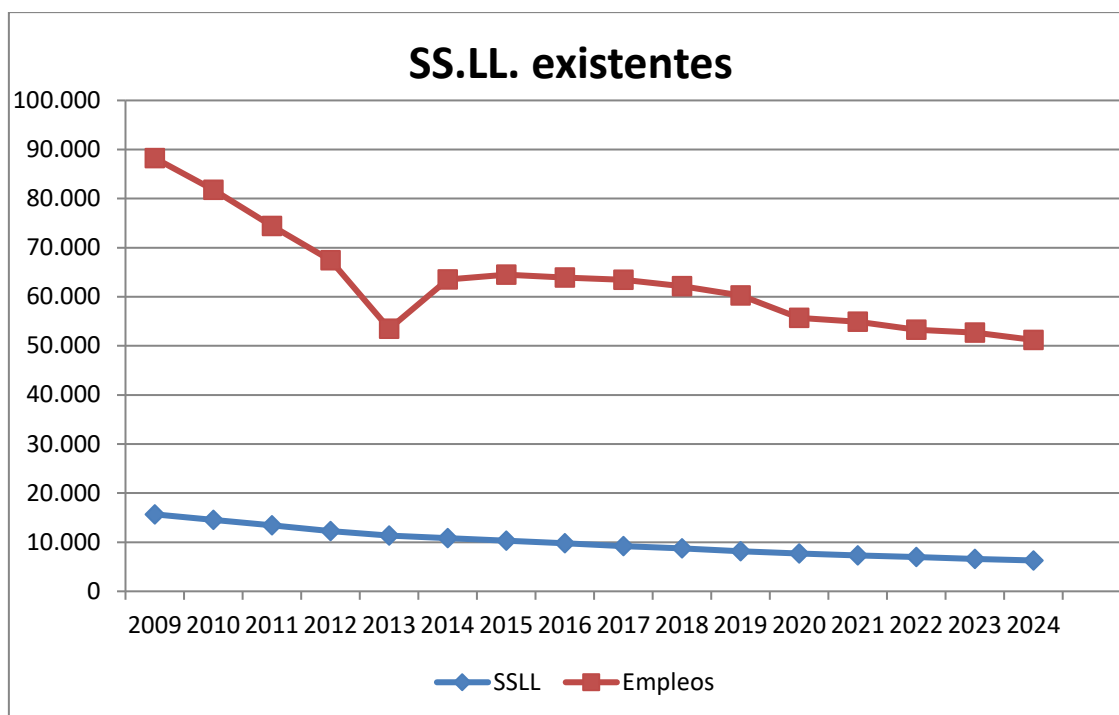
El Consejo Económico y Europeo define la responsabilidad social empresarial como la “Integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”. Esta perspectiva es cada vez más importante para las empresas y personas consumidoras.

Si se considera la pirámide de Carroll se observan que existen cuatro niveles en la responsabilidad de las empresas:

- **Responsabilidades Económicas:** Se encuentran en la base de la pirámide. Carroll afirma que la responsabilidad primordial de cualquier negocio es ser rentable. Sin rentabilidad, una empresa no puede existir y, por lo tanto, no puede asumir ninguna otra responsabilidad complementaria. **Ahora bien**, la rentabilidad económica es, sin duda, esencial, pero no puede lograrse a costa de otras responsabilidades. Es fundamental equilibrar la necesidad de obtener beneficios con las otras dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.
- **Responsabilidades Legales:** Las empresas deben operar dentro del marco legal establecido por la sociedad. Es fundamental que se conozcan las regulaciones y leyes locales, nacionales e internacionales que puedan afectar al negocio para su cumplimiento, pues su ignorancia puede tener graves consecuencias.
- **Responsabilidades Éticas:** Van más allá de lo que está codificado en la ley. Son las actividades y prácticas que la sociedad espera de las empresas, aunque no estén legalmente obligadas a cumplirlas. Es esencial conocer las expectativas éticas de los stakeholders, es decir de las distintas partes implicadas (personal, consumidores, proveedores, etc.). Esto puede incluir prácticas justas de empleo, relaciones éticas con los proveedores o la producción sostenible, entre otros aspectos.
- **Responsabilidades Filantrópicas:** Están en la cima de la pirámide y son las acciones que las empresas pueden tomar para mejorar la calidad de vida de su personal empleado, de las comunidades locales y de la sociedad en general. Las grandes empresas tienen más recursos, pero las pymes también pueden contribuir de manera significativa a sus comunidades.

2. LAS SOCIEDADES LABORALES EN ESPAÑA

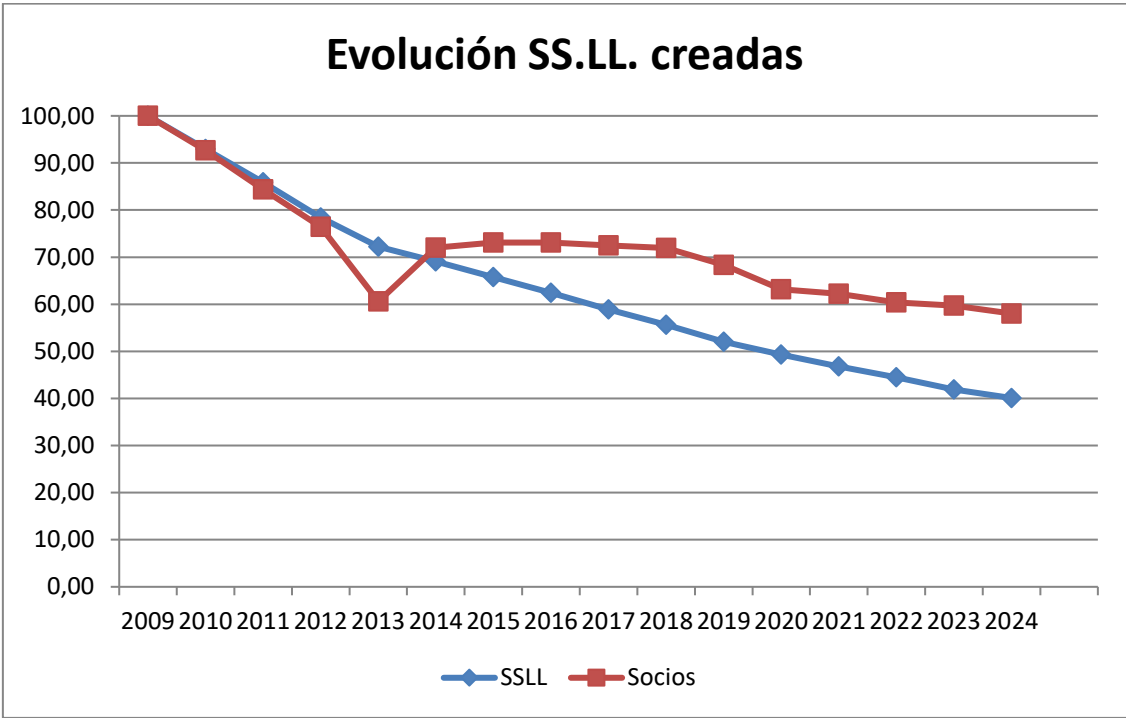
El número de sociedades laborales existentes en España a finales de 2024 se sitúa en 6.286, con un total de 51.208 empleos. Ambas variables –número de sociedades laborales existentes y empleo existente- muestran una tendencia negativa desde 2009 con significativas reducciones en ambas variables.



Fuente: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, varios años.

En efecto, a finales de 2009 había un total de 15.679 sociedades laborales, tejido productivo que muestra un descenso continuado en el período 2009 a 2024, situándose en apenas 6.286 sociedades en 2024, lo que supone únicamente el 40,09% del total existente en el inicio del período de análisis.

Algo parecido sucede con el empleo. En efecto, el empleo que representan estas empresas también muestra una tendencia negativa, aunque de menor entidad. Dicho empleo ascendía a 88.241 personas a finales de 2009, descendiendo durante la mayor parte de los años del período de análisis, con la excepción de 2014. En este año se recupera en unos 10.000 empleos respecto al año anterior, 2013. Sin embargo, a partir de ese año vuelve a producirse la tendencia negativa, con una caída del empleo de las sociedades laborales hasta situarse en 51.208 personas en 2024.



Fuente: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, varios años.

Así, el empleo existente en sociedades laborales a finales de 2024 representa el 58,03% del empleo existente a finales de 2009. El descenso es muy importante, aunque de mucha menos entidad que el que experimenta el número de sociedades laborales, que presenta una caída relativa superior.

3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es el compromiso voluntario de una empresa para gestionar su impacto social, ambiental y económico de una forma ética y transparente, contribuyendo de esta forma al desarrollo sostenible y beneficiando a la sociedad y al medio ambiente. Por tanto, es la forma de actuación adoptada por las empresas para dirigir su actividad de manera sostenible y ética, disminuyendo el impacto negativo que las mismas tienen sobre sus grupos de interés (clientes, empleados/as, etc.), el medio ambiente y la sociedad en general.

Estas prácticas van más allá de lo que supone el simple cumplimiento legal, integrando prácticas sostenibles y considerando las expectativas de todas las partes interesadas, lo que puede traducirse en una mejor reputación empresarial, confianza y capacidad competitiva para la empresa.

La diferencia entre Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es muy sutil. De hecho ambos términos se utilizan indistintamente por la mayoría de los interesados, ya sean prescriptores, empresas, autoridades públicas, etc. Incluso se sustituyen ambos términos bien por RSC o bien por RS (Responsabilidad Social).

La principal diferencia sutil es que el término RSC se enfoca en la globalidad de la entidad y la estrategia de toda la corporación, mientras que RSE se suele aplicar de forma más concreta en actividades específicas dentro de la empresa.

La RSC involucra a todas las organizaciones, independientemente de su tamaño o actividad. Sin embargo, tratando el término con propiedad, se puede decir, que la RSE se aplica exclusivamente a la Responsabilidad Social de la actividad empresarial, excluyendo la responsabilidad social de otras organizaciones como pueden ser, por ejemplo, las agencias gubernamentales, que estarían incluidas dentro de la responsabilidad social corporativa.

En este documento se utilizarán la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de forma indistinta. Tanto la Responsabilidad Social Corporativa como la Empresarial suponen una visión de negocio a largo plazo que eleva la competitividad empresarial, reduce riesgos y mejora la reputación de una organización. Los

beneficios son mutuos tanto para la corporación como para sus grupos de interés.

A menudo, se pensaba que el concepto de responsabilidad social se aplicaba,, casi en forma exclusiva, a las grandes empresas de cualquier sector económico, pero poco a poco se ha extendido la convicción de que se puede aplicar a todas las empresas, públicas y privadas, incluidas las pequeñas y medianas empresas – pymes- y las empresas de economía social. El criterio de voluntariedad no obliga legalmente a las organizaciones a ser socialmente responsables, pero el mercado ha aprendido y comenzado a diferenciar entre empresas comprometidas con causas sociales y aquellas que no lo están.

Ahora bien, ¿qué es la responsabilidad social corporativa? Según Correa J.G. (2007), la mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, en el entorno y en las relaciones con los interlocutores.

En el desarrollo de este concepto de responsabilidad social empresarial se pueden identificar cuatro fases temporales. El gráfico adjunto presenta los principales hitos en cada las distintas fases del desarrollo, mostrando los principales momentos del despliegue del concepto de responsabilidad social.

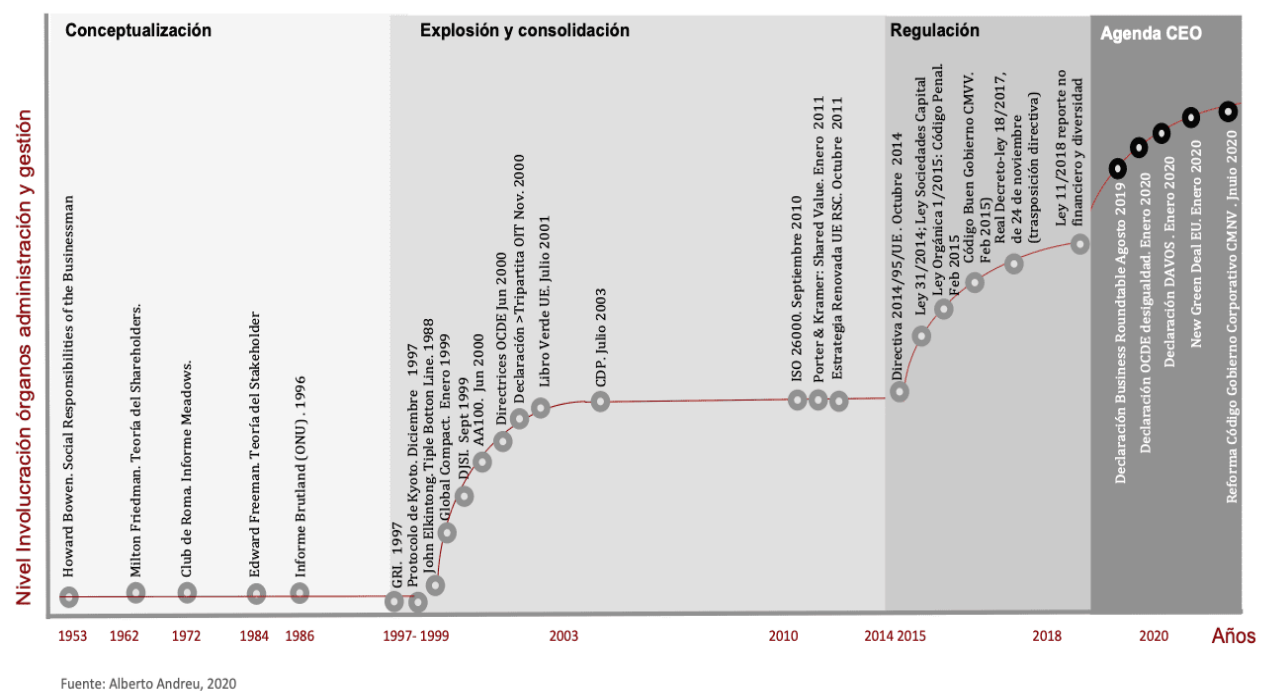
Fase 1. Fase de conceptualización: Dura entre 1953 y 1997

El origen de la responsabilidad social moderna y, en consecuencia, el inicio del concepto se atribuye al economista norteamericano Howard Bowen, que utilizó este término en su trabajo “Responsibility of a Businessman” (1953). En este libro, Bowen identificó el gran poder de las corporaciones y reconoció que sus acciones tenían un impacto tangible en la sociedad. Para este autor la responsabilidad del hombre de negocios consistiría en tomar decisiones acordes con los objetivos y valores de la sociedad.

Frente a esta idea se posicionaría unos años más tarde, en Capitalism and Freedom (1962), el Premio Nobel de Economía Milton Friedman, que argumentó que solo habría una

responsabilidad social de las empresas: usar los recursos disponibles para incrementar los beneficios dentro de las reglas del juego en un mercado abierto y competitivo, sin fraudes ni engaños. Esta idea novedosa se popularizaría más tarde en su famoso artículo publicado en el New York bajo el título “The Social Responsibility of Business is to Increase the Profits”, en el que argumentaba que una empresa no tiene responsabilidad social con el público ni con la sociedad; su única responsabilidad es con sus accionistas.

Frente a ese primer modelo se alzó como alternativa la Teoría de los Stakeholders de Edward Freeman. En su obra de 1984, “Strategic Management: A Stakeholder Approach”, describía a los stakeholders de una empresa como aquellos agentes que pueden afectar a la empresa o verse afectados por ella. Este planteamiento, que era mucho más pluralista, llevó a reconsiderar la identidad de las organizaciones: éstas se formarían y reformarían en función de las relaciones con sus diversos stakeholders. De esta forma, el término stakeholders señalará a aquellos elementos esenciales de la planificación estratégica de las compañías. La adecuada gestión del ecosistema empresarial será clave para el éxito de una empresa o una organización.



Las primeras investigaciones académicas se trasladarían a los movimientos multilaterales. En este sentido, se puede afirmar que la primera “contaminación” hacia este tipo de movimientos se produce en el Club de Roma, que en 1972 encargó el Informe Meadows, en el que se señalaban los límites que un planeta finito impone al crecimiento económico.

Las conclusiones principales se pueden resumir en las tres siguientes:

1. «Si se mantienen las tendencias actuales de crecimiento de la población mundial, industrialización, contaminación ambiental, producción de alimentos y agotamiento de los recursos, el planeta alcanzará los límites de su crecimiento en el curso de los próximos cien años. El resultado más probable sería un súbito e incontrolado descenso tanto de la población como de la capacidad industrial».
2. «Es posible alterar estas tendencias de crecimiento y establecer una condición de estabilidad ecológica y económica que pueda mantenerse durante largo tiempo. El estado de equilibrio global puede diseñarse de manera que cada ser humano pueda satisfacer sus necesidades materiales básicas y gozar de igualdad de oportunidades para desarrollar su potencial particular».
3. «Si los seres humanos deciden empeñar sus esfuerzos en el logro del segundo resultado en vez del primero, cuanto más pronto empiecen a trabajar en ese sentido, mayores serán las probabilidades de éxito».

De esta forma, durante los años 80 del pasado siglo se empiezan a materializar algunas de las nuevas preocupaciones de los años 70. Por ejemplo, en 1983 se constituye la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, creada por la Asamblea General de Naciones Unidas.

Dicha Comisión se propone elaborar el Informe “Nuestro Futuro Común” o Informe “Brundtland”, bajo la dirección de la política noruega Gro Harlem Brundtland. En este informe, publicado en 1987, se recoge la definición de lo que considera como desarrollo sostenible: la satisfacción de las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. Por otra parte, señala que no se puede seguir con el modelo económico tradicional que identifica desarrollo y crecimiento. Habla de crecimiento

sustentable, que es igual a crecimiento económico más superación de la pobreza y conservación y cuidado del medio ambiente.

Durante los años 90 se producen algunos hitos en materia de medioambiente, tales como la Cumbre de la Tierra o Cumbre de Río, en 1992, o el Protocolo de Kioto, en 1997, que consiste en un acuerdo internacional que tiene por objetivo reducir las emisiones de los gases de efecto invernadero en el mundo. Aprobado en 1997 y en vigor desde 2005, buscaba reducir las emisiones en un 5% en el período 2008-2012 respecto a los niveles de 1990, y posteriormente se extendió con la Enmienda de Doha para el periodo 2013-2020.

Fase 2. Explosión y consolidación (1997-2014)

Poco a poco estos movimientos multilaterales llegaron al mundo corporativo. Así, en 1997 se constituye el Global Reporting Initiative (GRI), institución independiente cuyo principal objetivo fue armonizar y estandarizar la elaboración de memorias de sostenibilidad para aquellas empresas que deseaban medir y reportar su desempeño económico, social y medioambiental.

Los Estándares GRI proporcionan directrices para que las organizaciones comuniquen de manera transparente su desempeño y los impactos en áreas económicas, medioambientales y sociales, utilizando un lenguaje común para que la información sea comparable y comprensible por diferentes grupos de interés, como inversores, clientes y la sociedad.

Para rastrear el origen teórico de iniciativas como el Global Reporting Initiative (GRI) es necesario hacer referencia a la triple cuenta de resultados, que es una noción acuñada en los noventa por John Elkington para articular los negocios con la sostenibilidad

A partir de entonces, los aspectos sociales y ambientales se convierten en imperativos que, junto a los resultados financieros, sirven para definir el esquema tridimensional e interdependiente de los negocios sostenibles.

Así, empezaría una espiral de movimientos multilaterales e iniciativas corporativas que cristalizarían en el Pacto Mundial o Global Compact del 31 de enero de 1999, emanado desde la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Si bien el Pacto Mundial no nació ni como un

organismo para la formulación de normativa internacional ni como un código de conducta internacional con fuerza jurídica obligatoria, ha servido para impulsar toda un conjunto de iniciativas multilaterales en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción

A partir de ese momento hay una explosión de instrumentos que son claves en este proceso, de los cuales los más relevantes serían los siguientes:

- El Dow Jones Sustainability Group Index (DJI), de 1999, que es una familia de índices que se utilizan para medir el desempeño sostenible, entendido como la capacidad de integrar la economía, el medio ambiente y los factores sociales en la gestión de las compañías o empresas. Creados por una asociación entre S&P Dow Jones Indices y RobecoSAM, los DJSI destacan a las empresas líderes en sostenibilidad a nivel mundial y son una referencia clave para inversores que buscan compañías con un alto rendimiento ESG y un potencial de rentabilidad a largo plazo
- Las Directrices de la OCDE para empresas multinacionales del año 2000: son un conjunto de recomendaciones de carácter voluntario, formuladas por los gobiernos a las empresas multinacionales que operan en o desde los países miembros, en materias tales como el empleo, los derechos humanos, el medio ambiente, los intereses de los consumidores, la transparencia o la lucha contra la corrupción
- Las normas contables ISAE 3000, (previamente ISAE 100), que fijaron el marco básico para realizar las auditorías o verificaciones de la información no financiera, los sistemas de información y control y los procesos de gobierno corporativo
- El Carbon Disclosure Project Leadership Index, de 2003, que es un índice de responsabilidad medioambiental que evalúa el rendimiento de las empresas en materia de reducción de emisiones de carbono. Este índice ya no existe y su concepto ha sido absorbido por los niveles de puntuación de liderazgo de CDP, que son la máxima calificación que una entidad puede recibir al reportar datos ambientales sobre el cambio climático, agua y bosques. Este sistema de puntuación reconoce a las empresas, ciudades, estados y regiones que demuestran un rendimiento superior y una gestión activa de sus

impactos ambientales, en lugar de simplemente divulgarlos

- El Libro verde para fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas de la Unión Europea, de 2001 (“Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las empresas”), que supuso la materialización del compromiso de la Unión Europea a favor de la RSE

Después de todos estos movimientos hay una especie de situación o estado de tranquilidad, que culmina con dos nuevos instrumentos que han tenido mucha importancia:

- La norma ISO 26000, de 2010, que es una guía que establece las líneas en materia de responsabilidad social establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO). Es una guía internacional voluntaria de responsabilidad social que ofrece recomendaciones prácticas para todas las organizaciones, independientemente de su tamaño o tipo de actividad, para que puedan integrar la responsabilidad social en sus operaciones. No es una norma certificable, sino una herramienta para mejorar el comportamiento ético y transparente, contribuyendo así al desarrollo sostenible y al bienestar social
- La estrategia renovada de la Unión Europea, de 2011, cuyo logro más importante sea evolucionar la definición de RSE, hablando de impacto, del respeto a la ley, de maximizar la creación de valor compartido y de minimizar las consecuencias adversas. Su objetivo principal era fomentar que las empresas maximizaran la creación de valor y gestionaran sus impactos negativos, incorporando los derechos humanos, la transparencia y un entorno regulatorio de apoyo. La estrategia buscaba asegurar una influencia global de la Unión Europea en RSE, alineando las políticas de los estados miembros y promoviendo la competitividad y la sostenibilidad

En el periodo entre estos dos instrumentos, apareció el artículo de Porter y Kramer titulado “Creating Shared Value”, que generó un movimiento en torno a la idea de cómo reinventar el capitalismo y desatar una nueva ola de innovación y crecimiento. La creación de valor compartido es un nuevo enfoque estratégico que permite a las empresas servir a la sociedad y al medio ambiente, a la vez que generan beneficios y ventaja competitiva.

Este enfoque implica integrar consideraciones sociales y ambientales en la estrategia central de la empresa, lo que genera innovación, mayor competitividad y crecimiento económico tanto para la empresa como para la comunidad. Esto se logra mediante la redefinición de productos y mercados, la redefinición de la productividad dentro de la cadena de valor y la creación de clústeres locales de apoyo.

Fase 3. Regulación (2014-2018)

La incorporación del concepto de responsabilidad social corporativa a la legislación no tardaría en llegar. En solo cuatro años se generaron los principales instrumentos legislativos para atribuir responsabilidades al Consejo de Administración. En el plano europeo, fue determinante la aprobación de la Directiva 95/2014 de la Unión Europea que, tomando como base el Libro Verde de 2011 y con la obligación de trasponerse al ordenamiento jurídico de los Estados miembro, exige por primera vez que las empresas incluyan en su memoria aspectos ambientales, como son las emisiones de carbono, sociales, respeto de los derechos laborales, y de buen gobierno, como es el establecimiento de políticas anticorrupción.

En España el salto a la legislación se produce en 2014 con la Ley 31/2014, por la que se modifica la Ley de Sociedades de Capital para la mejora del Gobierno Corporativo, que estableció en su Artículo 529 ter. 1 que «El consejo de administración de las sociedades cotizadas no podrá delegar las facultades de decisión a que se refiere el artículo 249 bis ni específicamente a) La aprobación del plan estratégico o de negocio, los objetivos de gestión y presupuesto anuales, la política de inversiones y de financiación, la política de responsabilidad social corporativa y la política de dividendos». En términos sencillos, este texto significa que las responsabilidades que se deriven de la falta de aprobación, supervisión o control en las materias indelegables se exigirán por las vías correspondientes directamente al Consejo.

En febrero de 2015 vio la luz el Código de Gobierno Corporativo de Sociedades Cotizadas de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) que impulsó notablemente la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

El Principio 24 invitaba a las empresas a promover «una política adecuada de responsabilidad social corporativa, como facultad indelegable del Consejo de Administración»; en su Recomendación 53 establecía que «la supervisión del cumplimiento de la política de responsabilidad social corporativa se atribuya a una o se reparta entre varias comisiones del Consejo de Administración»; y en la Recomendación 54 establecía «cuáles debieran ser los contenidos mínimos de la política de RSC»

Otro paso determinante para atribuir las responsabilidades al Consejo se produce a través de Ley Orgánica 1/2015, de 30 de marzo, que reforma el Código Penal e introduce la figura del «cumplimiento penal» en el Artículo 31 bis. En concreto, en el apartado 1 de este artículo se establece la responsabilidad penal de las personas jurídicas a través de los administradores por razón de la comisión de determinados delitos (entre los que se incluyen los medioambientales –artículo 328 del código penal–, o el tráfico de influencias –artículo 430–). Adicionalmente, en el apartado 2, se recogen las eximentes de esta responsabilidad penal de las empresas en el caso de que el Consejo de Administración pudiera acreditar «diligencia debida».

Por último, este periodo concluye con la entrada en vigor de la Ley 11/2018 de 29 de diciembre, que es conocida popularmente como Ley de Información no financiera y diversidad. En virtud de esta Ley, un número determinado de compañías –por razón de facturación y de número de empleados–, son obligadas a generar los Estados de Información No Financiera (EINF) que deben ser firmados por el Consejo y presentar en el Registro Mercantil como parte de las cuentas anuales. Este paso será determinante para implicar al Consejo de Administración en los proceso de responsabilidad social.

Fase 4. Agenda pública del CEO (2018-actualidad)

El año 2019 empezaba con un entramado regulatorio y autoregulatorio adecuado para situar la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en primer plano de los Consejos de Administración. Sin embargo, no se puede olvidar la importancia de los inversores (personas u organizaciones), de las corrientes que llegan de Estados Unidos y de los medios globales de comunicación. Basta que eso pase para que muchos CEO –que hasta ese momento habían ignorado y despreciado la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)–, la incorporen a su discurso, sin saber (o sin querer saber) que el movimiento nace en 1953 y tiene mucha historia detrás.

Para que esto suceda tienen especial relevancia tres acontecimientos globales, que sitúan la función en la agenda pública de los CEO, es decir, de los directores ejecutivos, que son, por tanto, los principales directivos de una empresa, dotados de poderes muy amplios y de cuyas decisiones sólo es responsable ante el Consejo de Administración (CdA) y ante los propietarios/as:

- El primero suceso se produce en enero de 2019, cuando el CEO de BlackRock, una de las mayores gestoras de fondos de inversión del mundo (con un volumen de negocio cercano al PIB alemán) envía una carta a sus gestores que se titula “Propósito y rentabilidad”. En esta carta decía que «la sociedad está esperando cada vez más que las compañías, tanto públicas como privadas, aborden asuntos sociales y económicos apremiantes» o que «la rentabilidad no es de ninguna manera incompatible con el propósito; de hecho, rentabilidad y propósito se encuentran estrechamente relacionados»
- El segundo acontecimiento relevante es la Declaración de la Business Roundtable, en agosto de 2019, con uno de los principales lobbies empresariales americano, que agrupa a 181 grandes organizaciones como ExxonMobil, JPMorgan, Apple o Walmart. La «novedad» de esta declaración venía por el hecho de que, casi 35 años después que Freeman elaborase su teoría de los stakeholders, afirmase que las organizaciones deben ampliar su propósito hacia la creación de valor a largo plazo, sirviendo mejor a inversores, empleados/as, comunidades, proveedores y clientes/as. Las ganancias del accionista pasaban a ser un objetivo más junto a la protección del medioambiente, el fomento de la diversidad y el respeto a la dignidad de las personas.
- El tercer gran acontecimiento global sucedió en enero de 2020, tras la Cumbre de Davos. Continuando con el «descubrimiento» de los stakeholders, se pone en valor el llamado Manifiesto de Davos, bajo el título “El propósito universal de las empresas en la Cuarta Revolución Industrial”. En este documento se pone en valor la necesidad de crear valor a largo plazo, se reconoce que el rendimiento no debe medirse tan solo teniendo en cuenta únicamente los beneficios de los accionistas, sino también en relación con el cumplimiento de los objetivos ambientales, sociales y se afirma que una empresa que opera en el ámbito multinacional no está únicamente al servicio de todos los stakeholders directamente implicados, sino que es por sí misma un stakeholder más en el contexto global.

En el contexto español esta cuarta fase se cerraría el 26 de junio de 2020, con la revisión parcial del Código de buen gobierno de las sociedades cotizadas de 2015 realizado por la Comisión Nacional de Mercado de Valores (CNMV).

Aunque hay muchos aspectos destacables en esta revisión, esta modificación supone un escalón más en la implicación del Consejo de Administración por tres motivos:

- Porque insta al Consejo para que vele por que la cultura corporativa esté alineada con su propósito y sus valores (Recomendación 54)
- Para que los criterios no financieros se incluyan como elementos para la retribución variable del Consejo (Recomendación 58) y
- Para que se equiparen los riesgos financieros y no financieros (Recomendación 42)

Por otra parte, en los últimos años están surgiendo muchas denominaciones que generan cierta confusión entre conceptos relativamente distintos: empresa con impacto, empresa social, etc. Por ejemplo, la responsabilidad social corporativa y la empresa con impacto no son exactamente lo mismo. En efecto, el impacto social se refiere a las consecuencias que las actividades de una empresa tienen en la sociedad y en el medio ambiente. Es una medida de cómo las organizaciones contribuyen, positiva o negativamente, a la solución de problemas sociales y ambientales. A diferencia de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), que puede enfocarse en mitigar los efectos negativos de las operaciones comerciales, el impacto social busca generar un cambio positivo y tangible en la sociedad.

La RSC se ha considerado tradicionalmente como una forma de contribución voluntaria de la empresa a favor de la sociedad, pero sin integrarse en la estrategia o actividad principal del negocio. Sin embargo, el grado de incorporación de la sostenibilidad empresarial comienza de verdad cuando la empresa monitoriza su desempeño ESG (económico, social y ambiental) ya sea de manera voluntaria, ya sea por imperativos legales para reducir o evitar los impactos, obviamente negativos, de su actividad en el medio ambiente y en la sociedad. Se avanza algo más cuando se incorporan los aspectos ESG, que previamente ha monitorizado, en la toma de decisiones de la empresa. Esto representa un modelo de gestión activa de los criterios ESG con

control y medición de su evolución para poder tomar decisiones operativas. Por último, se habla de impacto empresarial cuando los criterios ESG se sitúan en el centro de la actividad de la empresa formando parte efectiva de su modelo de negocio¹.

Cuando una empresa hace una gestión activa de la ESG las decisiones se toman teniendo en cuenta la opinión de las distintas partes interesadas, mientras que en un modelo de impacto empresarial las decisiones de la compañía buscan soluciones para los retos de sostenibilidad, es decir tratan de contribuir a la solución de los problemas generados por la actividad empresarial en su conjunto.

En esencia, este cambio de paradigma hacia una mayor consideración del impacto social en su triple perspectiva implica una evolución desde un enfoque reactivo a otro proactivo en la gestión empresarial. Las empresas ya no pueden ni deben limitar a cumplir con obligaciones legales o a implementar políticas de sostenibilidad como una forma de mejorar su imagen; sino que, por el contrario, deben integrar la creación de valor social en el núcleo de su estrategia de negocio.

Por este motivo, en el tejido empresarial contemporáneo, el concepto de impacto social se ha convertido en una guía para la gestión responsable y la estrategia corporativa hacia horizontes donde la responsabilidad trasciende los aspectos meramente económicos, implicando criterios sociales y ambientales.

La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas con el medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación relativa al ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores y trabajadoras, puede tener también un impacto positivo directo en la productividad. De esta perspectiva se abre una vía para administrar el cambio y para conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad de las empresas.

¹ PAREJO, T. (2022): “La agenda ODS en la estrategia de las empresas”, Revista Economía Industrial nº 425, pag. 125-136, tercer trimestre de 2022, Mº de Industria, Comercio y Turismo, Madrid.

No obstante, la responsabilidad social empresarial no se debe considerar sustitutiva de la reglamentación o de la legislación sobre derechos sociales o normas medioambientales, ni permite tampoco soslayar la elaboración de nuevas normas apropiadas tanto para los asuntos sociales como para los medioambientales.

En este contexto, es importante señalar por qué es importante la Responsabilidad Social para las empresas y, más en concreto, para las sociedades laborales:

- Para las empresas la Responsabilidad Social proporciona importantes beneficios en términos de gestión de riesgos, ahorro de costos, acceso al capital, relaciones con los clientes, gestión de recursos humanos, sostenibilidad de las operaciones, capacidad de innovar y, finalmente, obtención de ganancias.
- Para la economía de la Unión Europea, la Responsabilidad Social hace que las empresas sean más sostenibles e innovadoras, lo que contribuye a una economía mucho más sostenible de forma global.
- Para la sociedad ofrece un conjunto de valores en los que se puede construir una sociedad más cohesionada y en los que se puede basar la transición hacia un sistema económico sostenible.

Como consecuencia de todos estos aspectos mencionados se pueden enumerar algunas ventajas de la responsabilidad social para las empresas, como son:

- Fidelización de los grupos de interés. Mejora la imagen de la empresa y los vínculos que ésta tiene con clientes, proveedores y socios, contribuyendo a fidelizarlos.
- Facilidad de acceso a financiación. Las prácticas éticas y transparentes favorecen la credibilidad en los mercados y facilitan el acceso a la financiación ajena.
- Atracción y retención de talento. Las condiciones laborales pueden aumentar la permanencia de los empleados y empleadas en la empresa y así atraer a nuevos trabajadores y trabajadoras.

- Reducción de costes. Implementar políticas enfocadas a la disminución del consumo energético o el reciclaje disminuye los gastos de la empresa, contribuyendo a mejorar su rentabilidad económica.
- Beneficios fiscales. La empresa puede desgravarse el 35% de las donaciones, porcentaje que aumenta hasta un 40% a partir del tercer año de colaboración.
- Prevención de riesgos. La implementación de códigos éticos y de conducta y de estándares responsables de actuación, disminuye la probabilidad de quejas o de publicidad negativa y aumenta la sostenibilidad a largo plazo.

4. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA UNIÓN EUROPEA

La Comisión Europea define la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) 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. En esencia, es la responsabilidad que tienen las empresas por su impacto en la sociedad.

Las empresas pueden llegar a ser socialmente responsables integrando las preocupaciones sociales, ambientales, éticas, de los consumidores y de derechos humanos en su estrategia empresarial y en sus operaciones comerciales siguiendo la ley.

La Comisión Europea establece:

- Una dimensión interna, que afecta a sus trabajadores/as, a su impacto medioambiental, a la gestión de las materias primas, a sus condiciones de trabajo o a la peligrosidad de sus productos
- Una dimensión externa frente a la sociedad en su conjunto, proveedores, consumidores, clientes, contratistas, etc., en otras palabras, frente a los denominados stakeholders o partes interesadas que no son otros que los diferentes colectivos con los que la empresa se relaciona y para los que debe generar algún valor si se autodefine como socialmente responsable.

Las autoridades públicas pueden desempeñar un papel de apoyo a las empresas y organizaciones a través de medidas políticas voluntarias y, cuando es necesario, de regulación complementaria.

En este contexto, cabe preguntarse y recordar por qué es importante la responsabilidad social y para quién. En este sentido cabe señalar lo siguiente:

- Para las empresas: La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Conducta empresarial responsable (RBC)² proporcionan importantes beneficios en términos de gestión de riesgos, ahorro de costos, acceso al capital, relaciones con los clientes, gestión de recursos humanos, sostenibilidad de las operaciones, capacidad de innovar y, finalmente, obtención de ganancias económicas.
- Para la economía de la Unión Europea: La RSC y la RBC hacen que las empresas sean más sostenibles e innovadoras, lo que contribuye a una economía más sostenible en su conjunto.
- Para la sociedad: La RSE y la RBC ofrecen un conjunto de valores con los que se puede construir una sociedad más cohesionada y en los que se puede basar la transición hacia un sistema económico sostenible a nivel global.

Según Schulze y Pszolla (2011), la Comisión Europea ha desarrollado una estrategia para el fortalecimiento de la Responsabilidad Social que incluye diferentes aspectos tendentes a consolidarla en Europa. Los siete puntos principales de esta estrategia son:

- Estrategia de desarrollo de RSC. La Comisión Europea lleva a cabo una estrategia de fortalecimiento de la RSC en Europa, aportando conocimientos crecientes sobre las ventajas de programas de RSC a nivel económico y social en Europa, especialmente en los países menos desarrollados.
- Intercambio de información de programas de RSC.
- Fortalecimiento de las capacidades de los directores con la gerencia de RSC.
- Soporte del desarrollo de programas de RSC en pequeñas y medianas empresas (PYME)
- Convergencia y transparencia de programas de RSC.
- Fundación de un foro de multi-stakeholder para RSC en Europa.
- Integración de RSC en la política de la Comisión Europea.

² Este es un término alternativo introducido por la OCDE en estrecha colaboración con empresas, sindicatos y organizaciones no gubernamentales. La OCDE ha definido la CER como «contribuir positivamente al progreso económico, ambiental y social con miras a lograr el desarrollo sostenible y evitar y abordar los impactos adversos relacionados con las operaciones, productos o servicios directos e indirectos de una empresa».

Las políticas en la Unión Europea, han sido impulsadas y apoyadas por parte de los diferentes países miembros, desarrollando numerosos trabajos, foros y grupos de fomento y promoción de la Responsabilidad Social Empresarial. Sus hitos más importantes en este proceso han sido los siguientes desde comienzo del presente siglo:

- Año 2000

El Consejo Europeo de Lisboa se marca el objetivo estratégico de convertir la Unión Europea en "la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, antes del 2010, capaz de un crecimiento económico duradero acompañado por una mejora cuantitativa y cualitativa del empleo y una mayor cohesión social".

En este año se produce el lanzamiento de la iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo del Milenio, que tienen una gran importancia global en aspectos como la Agenda 2030, etc.

- Año 2001

En este año la Comisión Europea publica el Libro Verde de RSE, COM (2001) 366 con el objetivo de fomentar un marco europeo de Responsabilidad Social Empresarial, contribuyendo a abrir un debate sobre cómo impulsar esta responsabilidad en el ámbito europeo e internacional.

- Año 2002

La Comisión Europea presenta una comunicación sobre Responsabilidad Social bajo el título "RSE: una contribución empresarial al desarrollo sostenible", COM (2002) 347, la cual dio lugar a la creación en ese año del Foro Europeo Multistakeholder sobre RSE.

- Año 2005

La Comisión Europea aprueba la estrategia para el crecimiento, el empleo y el desarrollo sostenible.

- Año 2006

La Comisión Europea presenta una comunicación sobre Responsabilidad Social Empresarial bajo el título "Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la RSE" COM (2006) 136, en la que se anuncia la creación de la Alianza Europea para la RSE.

- Año 2007

Se aprueba la Resolución del Parlamento Europeo, de 13 de marzo de 2007, sobre la RSE, bajo el título "La RSE: una nueva asociación" (2006/2133(INI)).

Año 2011

La Comisión Europea presenta una comunicación sobre RSE bajo el título COM (2011) 681 sobre, Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas.

La Comisión, por tanto, promueve la RSE en la Unión Europea y anima a las empresas a adherirse a las directrices y principios internacionales. Más concretamente, la política de la Unión Europea se basa en su estrategia renovada de 2011 para la RSE, cuyo objetivo es armonizar los enfoques europeos y mundiales de la RSE. Esta estrategia subraya la importancia de mejorar la visibilidad de la RSE y difundir las buenas prácticas, a través de su integración en la educación, la formación y la investigación. La estrategia también mejora los procesos de autorregulación y corregulación y la divulgación de información social y ambiental por parte de las empresas

Dicha estrategia realiza una nueva definición de la responsabilidad, a saber, «la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad». El respeto de la legislación aplicable y de los convenios colectivos entre los interlocutores sociales es un requisito previo al cumplimiento de dicha responsabilidad. Para asumir plenamente su responsabilidad social, las empresas deben aplicar, en estrecha colaboración con las partes interesadas, un proceso destinado a integrar las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los derechos

humanos y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones empresariales y su estrategia básica, con el fin de:

- maximizar la creación de valor compartido para sus propietarios/accionistas y para las demás partes interesadas y para la sociedad en sentido amplio
- identificar, prevenir y atenuar sus posibles consecuencias adversas

La complejidad de este proceso dependerá de factores como el tamaño de la empresa y la naturaleza de sus operaciones. Para la mayoría de las pequeñas y medianas empresas, especialmente las microempresas, es probable que el proceso de Responsabilidad Social siga siendo informal e intuitivo.

Las empresas que buscan un planteamiento formal sobre la Responsabilidad Social, especialmente las grandes empresas, pueden encontrar orientación autorizada en los principios y directrices reconocidos internacionalmente, en particular:

- las Líneas Directrices de la OCDE para las empresas multinacionales
- los diez principios de la iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas
- la norma de orientación ISO 26000 sobre responsabilidad social
- la Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social de la OIT y
- los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos

Este conjunto básico de principios y directrices reconocidos internacionalmente representa un marco global evolutivo para la Responsabilidad Social Empresarial que ha sido reforzado recientemente. La política Europea para promover la RSE debe ser totalmente coherente con este marco.

La Responsabilidad Social abarca, como mínimo, los derechos humanos, las prácticas de trabajo y de empleo (como la formación, la diversidad, la igualdad de género y la salud y el bienestar de los trabajadores), las cuestiones medioambientales (como la biodiversidad, el cambio climático, el uso eficiente de los recursos, la evaluación del ciclo de vida y la prevención de la contaminación) y la lucha contra el fraude y la corrupción. La participación de las comunidades

locales y el desarrollo, la integración de las personas con discapacidad y los intereses de los consumidores, incluida la intimidad, forman parte también de la agenda sobre la Responsabilidad Social. Se admite que la promoción de la responsabilidad social y medioambiental en la cadena de suministro y la divulgación de información no financiera son aspectos transversales importantes.

El cuadro que se adjunta recoge las distintas iniciativas relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial, señalando e identificando las áreas de incidencia y su relación con algunas áreas coincidentes con indicadores del Global Competitiveness Index del Foro Económico Mundial

Iniciativa	Áreas de incidencia	Algunas áreas coincidentes con indicadores del Global Competitiveness Index del Foro Económico Mundial
Pacto Mundial de Naciones Unidas	Derechos laborales Derechos humanos Medio Ambiente Corrupción	1.05 Pagos irregulares y sobornos 1.18 Comportamiento ético de las compañías 7.01 Colaboración en las relaciones empresa-representantes de los trabajadores 7.08 Presencia de la mujer en la empresa
Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales	Derechos Humanos Empleo y Relaciones Laborales Medio Ambiente Corrupción Clientes Ciencia y Tecnología Competencia	1.05 Pagos irregulares y sobornos 1.18 Comportamiento ético de las compañías 5.08 Formación en el empleo 6.15 Orientación al cliente 7.01 Colaboración en las relaciones empresa-representantes de los trabajadores 7.08 Presencia de la mujer en la empresa 12.03 Inversión empresarial en I+D
Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la OIT	Derechos humanos Derechos laborales	5.08 Formación en el empleo
ISO 26000	Derechos Humanos Medio Ambiente Prácticas laborales Clientes Competencia Compromiso social	1.05 Pagos irregulares y sobornos 1.18 Comportamiento ético de las compañías 1.20 Funcionamiento de los consejos de administración 5.08 Formación en el empleo 6.15 Orientación al cliente 7.01 Colaboración en las relaciones empresa-representantes de los trabajadores 7.08 Presencia de la mujer en la empresa 12.03 Inversión empresarial en I+D

Iniciativa	Áreas de incidencia	Algunas áreas coincidentes con indicadores del GlobalCompetitiveness Index del Foro Económico Mundial
Principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos de Naciones Unidas	Derechos humanos	1.05 Pagos irregulares y sobornos 1.18 Comportamiento ético de las compañías 7.01 Colaboración en las relaciones empresa-representantes de los trabajadores.

Fuente: MTSS³.

La Comisión Europea ha adoptado una Comunicación sobre las políticas de la Unión Europea y el voluntariado en la que reconoce el voluntariado entre los trabajadores como una expresión de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Además, la Comisión promueve los tres principios de buena gobernanza fiscal en las relaciones entre los Estados, a saber, la transparencia, el intercambio de información y la competencia leal en materia fiscal. Se anima también a las empresas, en su caso, para que trabajen por la implementación de estos principios.

El desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) deben liderarlo las propias empresas, sea cual sea su dimensión empresarial. Los poderes públicos deben desempeñar un papel de apoyo ofreciendo una combinación inteligente de medidas voluntarias y, en caso necesario, de acciones reguladoras, por ejemplo para promover la transparencia, incentivar en el mercado un comportamiento responsable de las empresas y asegurarse de que éstas deben rendir cuentas.

Por su parte, las empresas deben gozar de cierta flexibilidad para innovar y desarrollar un enfoque de la Responsabilidad Social Empresarial adecuado a sus circunstancias. Ahora bien, muchas empresas valoran la existencia de principios y directrices respaldados por los poderes públicos para calibrar sus propias políticas y su actuación y para promover una situación más equitativa. Los sindicatos y las organizaciones de la sociedad civil detectan los problemas, ejercen presión por una mejora de la situación y pueden ofrecer una cooperación constructiva a las empresas para la búsqueda conjunta de soluciones. Mediante sus decisiones sobre consumo e inversión, los consumidores y los inversores están en condiciones de mejorar la

³ MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL (2015): Estrategia 2014-2020 para empresas, administraciones públicas y el resto de organizaciones para avanzar hacia una sociedad y una economía más competitiva, productiva, sostenible e integradora, Madrid.

recompensa que tienen en el mercado las empresas que adoptan un comportamiento socialmente responsable. Los medios de comunicación pueden contribuir a sensibilizar acerca de los efectos positivos y negativos de las empresas. Los poderes públicos y otras partes interesadas deben demostrar responsabilidad social, por ejemplo en sus relaciones con las empresas.

La Responsabilidad Social es aplicable a todas las empresas, incluido el trabajo autónomo y las microempresas, por lo que la Comunicación se adopta junto con una iniciativa de empresa social (IES) que apoya un tipo específico de empresas, a saber, aquellas cuya primera finalidad es explícitamente de orden social o medioambiental, cuyos beneficios son reinvertidos en esa finalidad y cuya organización interna refleja los objetivos sociales. La Iniciativa de Empresa Social (IES) tiene como finalidad generar un ecosistema que permita el desarrollo de las empresas sociales y la innovación social, así como su contribución a la economía de mercado social europea.

Por tanto, se puede definir la iniciativa de interés social como aquellas empresas cuya principal motivación en sus actividades comerciales es generar un beneficio común o social antes que un beneficio para sus accionistas.

En definitiva, en los últimos años varios comités de diálogo social sectorial han promovido buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y establecido distintas directrices. La Comisión Europea facilita este tipo de iniciativas y reconoce que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) contribuye al diálogo social y lo complementa. También se han desarrollado políticas innovadoras y eficaces sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a través de los acuerdos de empresa transnacionales celebrados entre empresas y organizaciones de trabajadores y trabajadoras europeas o mundiales. La Unión Europea apoya activamente los acuerdos de empresa transnacionales y ha puesto en marcha una base de datos de dichos acuerdos con función de búsqueda.

5. LA SITUACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ESPAÑA

A lo largo de las dos últimas décadas se han desarrollado en España distintas iniciativas públicas destinadas a promover la responsabilidad social de las empresas, tanto desde el ámbito de la Administración General del Estado, como desde el ámbito autonómico.

Para disponer de una perspectiva general, a continuación se presenta un cuadro en el que se presentan de forma resumida los principales hitos de la Responsabilidad Social Empresarial en España.

- | | |
|------|--|
| 2002 | Se produce el lanzamiento de la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, tras el lanzamiento de la iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo del Milenio, que se produjo en el año 2000. |
| 2005 | El Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales crea el Foro de Expertos en Responsabilidad Social Empresarial. El resultado de la labor desarrollada por este Foro es el Informe del Foro de Expertos en RSE, que recoge las seis sesiones de trabajo que se llevaron a cabo desde su constitución. |
| 2006 | El Congreso de los Diputados crea una Subcomisión dedicada a tratar temas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Como fruto de su trabajo se publicó el Informe de la Subcomisión Parlamentaria para promover y potenciar la RSE, más conocido como el Libro Blanco de la RSE. |
| 2007 | El Gobierno, junto con las empresas y los sindicatos, crea la Mesa de Diálogo Social sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Su trabajo y resultados quedaron plasmados en el documento "La RSE. Diálogo Social". |
| 2008 | El Gobierno aprueba la creación del Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE) mediante el Real Decreto 221/2008, de 15 de febrero. |
| 2011 | El Gobierno aprueba la Ley de Economía Sostenible. |
| 2014 | Se aprobó la Estrategia 2014-2020 para empresas, administraciones públicas y el resto de organizaciones para avanzar hacia una sociedad y una economía más competitiva, productiva, sostenible e integradora. |

La primera iniciativa pública en España data del 27 de diciembre de 2002 cuando el Pleno del Congreso de los Diputados acordó que en el seno de Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, que se creara una Comisión Técnica de Expertos con la finalidad de elaborar un informe sobre la responsabilidad social de la empresa.

Los trabajos de la subcomisión parlamentaria en el año 2005 para el estudio de la responsabilidad social empresarial en España supusieron un primer esfuerzo recopilatorio de las iniciativas y nuevas tendencias vinculadas a la asunción de los principios de responsabilidad social por parte de las empresas, así como de las posibles propuestas para potenciarla y promoverla.

Ese mismo año se constituye un Foro de Expertos sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que tenía el objetivo de servir de apoyo al diseño de políticas de impulso en este ámbito. Dos años más tarde, se produce la primera reunión de la Mesa de Diálogo Social orientada, entre otras cosas, a elaborar propuestas para estimular y difundir las buenas prácticas en materia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE); impulsar las políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la Administración Pública; y definir el papel y el compromiso de las organizaciones sindicales y empresariales en este ámbito.

Tres años más tarde, teniendo en cuenta las recomendaciones del Parlamento, del Foro de Expertos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y de la Mesa de Diálogo Social, fue constituido, a través del Real Decreto 221/2008 de 15 de febrero, el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE), que es un órgano asesor y consultivo adscrito al Ministerio de Empleo y Seguridad Social, pionero en el conjunto de los países de nuestro entorno.

Posteriormente, en España se aprobó a mediados de la década pasada una "Estrategia 2014-2020 para empresas, administraciones públicas y el resto de organizaciones para avanzar hacia una sociedad y una economía más competitiva, productiva, sostenible e integradora".

El Gobierno español considera que la responsabilidad social puede servir como una herramienta útil para contribuir a mejorar la capacidad de recuperación de la economía española, que tras los años de crisis previos a su elaboración, habían experimentado una importante pérdida de empleo. Por ello, el Gobierno tuvo en cuenta tanto su contexto económico como social en la concepción de esta Estrategia.

Asimismo, se tuvieron presentes las características propias del tejido empresarial español, que se caracteriza fundamentalmente por un amplísimo predominio de la pequeña y mediana

empresa. Esta situación determina que, sin perjuicio de seguir avanzando en la promoción de iniciativas de responsabilidad social entre las grandes empresas, se precise flexibilidad para innovar y desarrollar dicha responsabilidad de acuerdo a las particularidades de la mayor parte de las empresas que son pequeñas y medianas empresas, tal y como se recoge en la Comunicación de la Comisión Europea de 2011 sobre esta materia.

Teniendo en cuenta esta base, el objetivo de la Estrategia Española es constituirse como un elemento de orientación y de apoyo al desarrollo de prácticas en este ámbito para todas las empresas, las propias Administraciones Públicas, y las diferentes organizaciones públicas y privadas.

En concreto, la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas se vertebra en torno a los siguientes objetivos⁴:

- Objetivo 1. Impulsar y promover la RSE, tanto en las empresas, incluidas las PYMES, como en el resto de organizaciones públicas y privadas, en sus actuaciones en los diversos ámbitos geográficos en los que operan.
- Objetivo 2. Identificar y promover la RSE como atributo de competitividad, de sostenibilidad y de cohesión social.
- Objetivo 3. Difundir los valores de la RSE en el conjunto de la sociedad.
- Objetivo 4. Crear un marco de referencia común para todo el territorio en materia de RSE, que garantice el cumplimiento y respeto de los principios de la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de Garantía de la Unidad de Mercado en esta materia.

La Estrategia, por tanto, va dirigida a la promoción de la responsabilidad social entre el mayor número de organizaciones, de forma que todas ellas incorporen las iniciativas en esta materia en su propia cultura y valores, al tiempo que debe servir como un instrumento eficaz para el cumplimiento de los principios de la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de Garantía de la Unidad de Mercado en esta materia.

⁴ MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL (2015): Estrategia 2014-2020 para empresas, administraciones públicas y el resto de organizaciones para avanzar hacia una sociedad y una economía más competitiva, productiva, sostenible e integradora, Madrid.

Las empresas como agentes sociales que son, juegan un papel muy relevante en el desarrollo de la sociedad en la que operan. No es casual que las economías más avanzadas y que ofrecen mayores niveles de bienestar a sus ciudadanos y ciudadanas sean aquellas que cuentan con un sector empresarial más dinámico, moderno y con modelos de gestión más sostenibles.

La capacidad de crecer empresarialmente, de crear empleo y de generar riqueza de las empresas depende de la calidad de sus modelos de gestión, de la participación de las partes interesadas y de las capacidades distintivas que sean capaces de desarrollar, que pueden acabar constituyéndose en ventajas competitivas frente a la competencia.

Estas ventajas, por su parte, vienen determinadas por la reputación y la capacidad de construir una estructura de relaciones que estimule la confianza de empleados, clientes, accionistas, proveedores y, en definitiva, de toda la sociedad en la que se encuentran inmersas.

Todas las anteriores son cuestiones que forman parte de la misión de la responsabilidad social empresarial y en las que se trataba de ahondar con esta Estrategia, cuyo fin último es establecer un marco de referencia que impulse y facilite el desarrollo y consolidación de las políticas de responsabilidad social por parte de un tejido productivo cada vez más consciente de la indisolubilidad del binomio sostenibilidad-competitividad.

Por ello, la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas no se limita sólo a la empresa, sino que también pretende favorecer el desarrollo de las prácticas responsables en las Administraciones Públicas y en las organizaciones públicas y privadas con el fin de que constituyan el motor que guíe la transformación del país hacia una sociedad y una economía más competitiva, productiva, sostenible e integradora.

La responsabilidad social no puede ser un mero instrumento de marketing, ya que la única manera de desarrollarla realmente es mediante su integración en la estrategia global de la empresa y aplicarla en las operaciones cotidianas.

La Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas aspira a impulsar acciones que persiguen los siguientes objetivos:

- Reforzar los compromisos de las empresas y de las Administraciones Públicas con las necesidades y preocupaciones de la sociedad española, entre las que se encuentra la generación de empleo
- Contribuir a reforzar los modelos de gestión sostenibles que ayuden a las empresas a ser más competitivas y a las administraciones públicas más eficientes
- Potenciar aquellos programas de responsabilidad social que impulsen la credibilidad internacional y la competitividad de la economía española, junto a la sostenibilidad y la cohesión social

La Estrategia surge con la vocación de orientar las acciones y la toma de decisiones de las organizaciones hacia aquellos asuntos que resultan prioritarios en el corto y medio plazo, tanto para su viabilidad económica como para atender, en la medida de lo posible, las expectativas de sus grupos de interés. Tiene también como objetivo difundir los valores de la responsabilidad social en el conjunto de la sociedad, poniendo un foco especial en las pequeñas y medianas empresas ya que, en nuestro país, constituyen más del 95% del tejido empresarial. En esta línea, se plantea llevar a cabo un especial ejercicio de promoción con la intención de que los ciudadanos y ciudadanas identifiquen la Responsabilidad Social como vehículo de competitividad, de sostenibilidad y de cohesión social.

En este contexto global de referencia es interesante conocer cómo están respondiendo las empresas españolas a las demandas de sus diferentes grupos de interés en cuanto a la estrategia de Responsabilidad Social.

En este contexto, la Responsabilidad Social en España se encuentra en un proceso de evolución y consolidación, con un creciente número de empresas que la integran en su estrategia cotidiana. Las empresas españolas están mostrando un creciente compromiso con la sostenibilidad y la ética, aunque aún existe una brecha significativa entre las grandes empresas y las pymes en la implementación de prácticas de Responsabilidad Social.

Algunas compañías españolas han sido muy proactivas en la adopción de la Responsabilidad Social así como de sus estándares y principios internacionales. Muestra de ello es el elevado número de empresas que han suscrito los principios del Pacto Mundial apoyado por Naciones Unidas con respecto a otros países.

El número de empresas y organizaciones adscritas a dicho Pacto asciende a más de 1.000 en España, en concreto a 1.032 en 2022, frente a más de 20.000 organizaciones participantes activas a nivel mundial, de las cuales son aproximadamente 16.000 empresas y 4.000 entidades no comerciales.

También es destacable la evolución positiva que ha tenido entre las empresas de nuestro país la información sobre los estándares internacionales de transparencia y reporte.

En este ámbito cabe resaltar que, en 2002, siete organizaciones españolas hicieron uso del marco de Global Reporting Initiative (GRI) para la elaboración de informes anuales RSE. Una cifra que en 2015 había ascendido a 186. Asimismo, resulta relevante el hecho de que España sea uno de los países con el máximo nivel de aplicación de las guías GRI.

Las grandes empresas españolas también han ocupado –y ocupan- puestos destacados en el ranking de aquellos índices que valoran el desempeño en materia de sostenibilidad, llegando incluso a liderar el ranking mundial de su sector. En esta línea, cabe destacar los índices del Dow Jones Sustainability Index (DJSI) y del FTSE4Good Index.

Por lo que respecta al Dow Jones Sustainability Index (DJSI), además del reconocimiento que supone formar parte de un ranking del que forman parte tan sólo el 10% de las compañías más sostenibles del mundo por sector, dicho índice ofrece una calificación valorada por ese nutrido segmento de inversores avanzados que le prestan atención. Constituye, por lo tanto, una herramienta que permite poner en valor frente a los mercados la excelencia en las prácticas de buen gobierno y la excelencia en la gestión de las compañías.

Ahora bien, además de las grandes empresas, un nutrido grupo de Pymes ha apostado en España por profundizar en la Responsabilidad Social. Se han creado también organizaciones de promoción de la Responsabilidad Social, al tiempo que sindicatos, ONG's, medios de

comunicación, administraciones públicas y universidades han contribuido a su promoción y desarrollo.

Por otra parte, muchas empresas están solicitando planes estratégicos de sostenibilidad o proyectos de Responsabilidad Social en los últimos años, debido a exigencias concretas de ciertos grupos de interés. Este cambio es un desafío para muchas PyMEs, que a menudo no saben cómo abordar estos requisitos de una manera concreta, eficaz y económica.

Por ejemplo, algunas empresas buscan implementar medidas de Responsabilidad Social porque se lo exige un cliente para poder operar con ellos. Esto es una muestra de cómo las grandes empresas pueden incentivar a las más pequeñas para que incorporen criterios de Responsabilidad Social a través de la integración de criterios de sostenibilidad en su cadena de suministro. También hay casos en los que las empresas adoptan medidas de Responsabilidad Social para cumplir con cláusulas sociales incluidas en concursos públicos o para satisfacer nuevas normativas europeas y nacionales.

La Unión Europea está impulsando la inversión empresarial hacia actividades sostenibles, lo que afectará significativamente las vías de financiación de las empresas a medio plazo. Asimismo, el consumidor, especialmente en sectores B2C, está incorporando criterios de sostenibilidad en sus decisiones de compra, lo que influye o puede influir en la estrategia de Responsabilidad Social de las empresas.

Finalmente, las personas dentro de las organizaciones también están ejerciendo presión para desarrollar estrategias de Responsabilidad Social sólidas y coherentes, ya que esto puede ser crucial para atraer y retener talento en cualquier empresa, independientemente de su tamaño empresarial.

6. LAS SOCIEDADES LABORALES ANTE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Según el Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2011), las medidas que una empresa debe adoptar para mejorar la Responsabilidad Social Empresarial son muy diversas, entre las que se pueden encontrar las siguientes:

- Impulsar actuaciones para favorecer la diversidad en las plantillas, mediante una política de igualdad de oportunidades.
- Llevar a cabo acciones para facilitar la conciliación de la vida familiar, personal y laboral, así como la asunción de responsabilidades familiares y de cuidado.
- Incentivar la promoción de la salud en los centros de trabajo.
- Favorecer la integración laboral de personas en riesgo de exclusión, así como facilitar el emprendimiento.
- Respetar y proteger los Derechos Humanos.
- Potenciar la contratación indefinida.
- Facilitar y proporcionar oportunidades de voluntariado corporativo.

Las PYMES, incluidas las microempresas, por sus características de proximidad con el entorno en el que desarrollan su actividad, con los agentes sociales, con los trabajadores y trabajadoras, pueden y deben jugar un importante papel en el desarrollo de la Responsabilidad Social.

Esto es muy importante, pues la Responsabilidad Social no solo tiene que ver con la gran empresa, sino que también está vinculada a la pequeña y mediana empresa.

La aplicación de la Responsabilidad Social en las pymes es natural, dada su mayor relación con el entorno económico y social, y su proximidad con los grupos de interés, tanto empleados/as como proveedores y clientes/as.

Por este motivo, cada vez son más numerosas las pymes que aplican prácticas de Responsabilidad Social de forma habitual y ligada a su quehacer diario, aunque no conozcan el concepto como tal y sin llamarlas por ese nombre.

En efecto, en la actualidad, muchas pequeñas y medianas empresas son, en mayor o menor medida, socialmente responsables: unas lo hacen por su compromiso consciente con el medio ambiente y otras por cuidar su propia imagen pública.

La aplicación de prácticas de Responsabilidad Social genera distintas ventajas competitivas, algunas de las más destacadas son:

- Mejora la calidad de los productos: gracias a una producción más natural y más eficiente, los consumidores se sienten más satisfechos con esos productos o servicios y se mantienen fieles a su consumo.
- Mayor motivación y compromiso de los empleados/as: unos empleados y empleadas que se sienten identificados con las políticas y valores de la empresa son trabajadores/as más motivados y comprometidos con sus labores.
- Mejor imagen pública: derivada de un reconocimiento social gracias a las políticas o acciones llevadas a cabo por la empresa, como, por ejemplo: donaciones con motivo de alguna causa benéfica, políticas de producción comprometidas con el medio ambiente, etc.
- Fomento de la innovación y la creatividad: las empresas trabajan para encontrar nuevas formas de obtener productos y producir servicios más sostenibles que obtengan reconocimiento social y, por tanto, sean socialmente responsables. Un ambiente laboral positivo y un enfoque en la sostenibilidad pueden impulsar la innovación.
- Ventajas en la financiación: las empresas socialmente responsables obtienen más facilidades para lograr financiación. Gracias a sus políticas generan mayor credibilidad y confianza hacia posibles inversores.
- Mejora de la reputación: Aumenta la confianza de los consumidores, inversores y otros grupos de interés hacia la empresa.

- **Atracción de clientes y talento:** Los consumidores valoran cada vez más las empresas socialmente responsables, y los empleados y empleadas buscan entornos laborales con propósito.
- **Acceso a nuevos mercados:** Algunos mercados exigen estándares de Responsabilidad Social para poder operar en ellos lo que convierte a estas prácticas en ventajas competitivas para la empresa.
- **Mayor eficiencia y rentabilidad:** La gestión responsable de recursos puede contribuir a reducir costos en la empresa y a mejorar la eficiencia económica.

Como se observa, son muchas y diversas las ventajas que supone la aplicación de políticas socialmente responsables. Para que una política de Responsabilidad Social triunfe y sea efectiva, todos y cada uno de los trabajadores y trabajadoras de la empresa deben de estar convencidos de su efectividad y aprovechamiento.

Ahora bien, es importante señalar que muchas personas que trabajan en las sociedades laborales consideran que la Responsabilidad Social Empresarial es algo que no les afecta directamente, pues dichas empresas ya se encuadran dentro de la economía social y esto ya supone la existencia de una perspectiva social en su gestión y funcionamiento.

Sin embargo, esto no es así, pues la economía social y la responsabilidad social son conceptos relacionados pero relativamente distintos. La economía social hace referencia a un tipo de actividad económica en la que las empresas priorizan el bienestar social y ambiental sobre las ganancias individuales, que generalmente se articula a través de cooperativas, sociedades laborales o empresas sociales. La responsabilidad social, por otro lado, es un concepto más amplio que se aplica a cualquier organización, no solo a las empresas, y se refiere a la obligación de contribuir al bienestar social y ambiental, tanto dentro como fuera de la organización.

En esencia, la economía social prioriza el bienestar social y ambiental sobre la maximización de beneficios, mientras que la responsabilidad social se refiere a la obligación de las organizaciones de contribuir al bienestar de la sociedad y el medio ambiente, tanto interna como externamente.

Por tanto, la implicación de la Responsabilidad Social es doble, es decir afecta tanto al ámbito externo como al ámbito interno de un organización.

En su ámbito interno

Este ámbito se refiere, por un lado, al respeto al medio ambiente en el desarrollo de la actividad de la empresa, en la medida en que la calidad y la conservación de éste, como marco en el que se desarrolla la vida y como fuente de recursos, preocupan a los grupos de interés.

Y se refiere, por otro lado, a los derechos de sus trabajadores y trabajadoras a la libre negociación colectiva, a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, a la no discriminación por razón de edad, origen racial o étnico, religión o discapacidad, a la salud y seguridad laboral, y a la conciliación de la vida personal o familiar y laboral.

En el ámbito externo

En este caso, se refiere al respeto riguroso a los derechos de los clientes y consumidores que compran los productos y servicios de la empresa o de sus proveedores, al respeto a los Derechos Humanos y a la no connivencia con la corrupción o con el soborno, y la acción cultural, medioambiental o social de las empresas, entendida ésta última como la asignación de recursos empresariales a proyectos relacionados con personas desfavorecidas en las comunidades en las que opera la empresa.

La responsabilidad social de una empresa se extiende a todas sus operaciones en el país de origen, pero también en el extranjero, así como a la dinamización de sus proveedores y subcontratistas para que éstos a su vez, observen los mismos criterios de responsabilidad en su actividad. La Responsabilidad Social implica un nuevo modo de gestión empresarial que tiene en cuenta a las partes interesadas a través de políticas, procedimientos, sistemas e indicadores de medida.

Las sociedades laborales tienen distintas opciones para avanzar en la Responsabilidad Social, opciones que suponen diferentes niveles que van incrementando el nivel de implicación, desde lo más básico como es la aplicación de medidas concretas y específicas en determinadas áreas

de la empresa, hasta la más compleja e integral como puede ser la elaboración de un Plan concreto de actuación en este ámbito.

El primer escalón consiste en la aplicación de medidas concreta de Responsabilidad Social de forma individual, aunque pueda ser de forma progresiva e individualizada.

A continuación se presentan una serie de recomendaciones prácticas y de medidas o actuaciones para la relación con cada uno de los grupos de interés de las empresas.

Todas las propuestas que se plantean no es necesario implantarlas a la vez. Cada empresa deberá establecer cuáles son sus ámbitos prioritarios y los esfuerzos que debe realizar en cada uno de ellos. Cada empresa y su entorno es un micro mundo con unos fines e intereses particulares propios y específicos.

Así, se han considerado los ocho siguientes ámbitos de actuación:

- Los trabajadores y trabajadoras
- Los consumidores y clientes
- La comunidad
- Las autoridades locales
- Los proveedores
- Los competidores
- El medio ambiente
- El gobierno corporativo

Estos ocho ámbitos afectan a todas las empresas al margen de su dimensión empresarial y de su fórmula jurídica, aunque lo pueden hacer de forma diferente.

Los trabajadores y trabajadoras

El mundo económico es cada vez es más competitivo y, en este contexto, el talento y los valores intangibles son considerados cada vez más un recurso escaso. Por este motivo, atraer y retener el talento, cuando se necesite o exista personal asalariado, puede constituir una ventaja

competitiva evidente frente a nuestros competidores.

En este contexto, las pymes y micropymes pueden implementar distintas actuaciones, como, por ejemplo, las siguientes:

- Mantener el entorno y las condiciones de trabajo seguras y saludables

Promover la seguridad y salud en el trabajo contribuye a mejorar el clima laboral y, por tanto, la imagen de la propia empresa, así como a reducir costes derivados del absentismo, la pérdida de productividad, etc. Ejemplos de actuaciones en este sentido son las acciones de sensibilización e información sobre temas de salud, los programas de prevención de riesgos laborales más allá de lo establecido por ley, la contratación de seguros colectivos de salud o la promoción de la actividad física y el deporte entre los trabajadores y trabajadoras.

Las acciones concretas podrían ser, por ejemplo, las siguientes:

- ✎ Comprobar de manera sistemática y periódica el cumplimiento de la legislación en materia de seguridad y salud.
- ✎ Identificar los riesgos potenciales existentes en la empresa y tomar acciones preventivas.
- ✎ Involucrar al personal trabajador permite tener una mayor perspectiva de los problemas y de las posibles soluciones.
- ✎ Asegurarse que todas las personas en su puesto de trabajo conocen los procedimientos o indicaciones en materia de salud y seguridad.

- Desarrollar las competencias/recursos para un buen ejercicio del trabajo

Se puede elaborar un Plan de Formación para el personal de la empresa, cuando exista personal asalariado en la plantilla, con el objetivo de incrementar su empleabilidad, polivalencia y potencial de desarrollo. Esto permitirá a la empresa, en un futuro, mejorar su productividad y capacidad de innovación.

Para poder elaborar este plan se debería:

- ✎ Hablar con los empleados/as sobre las competencias/recursos profesionales actuales y las que son precisadas para el buen desarrollo del trabajo.
- ✎ Recapacitar sobre las propias competencias puede ser un buen ejercicio para mejorar tu propio desarrollo.
- ✎ Invertir en el desarrollo personal como un componente básico de una adecuada gestión empresarial.

- Facilitar la conciliación de la vida laboral, personal y familiar

Es posible adoptar medidas concretas que favorezcan la conciliación de la vida laboral y familiar de la plantilla. Esto ayudará a reducir el nivel de estrés y aumentará la motivación y compromiso del personal contratado con la empresa. Algunas de las medidas que se pueden aplicar para facilitar la conciliación son la flexibilidad de los horarios y las jornadas reducidas, las ayudas para escuelas infantiles, evitar las reuniones que empiezan demasiado pronto o que acaban demasiado tarde, permitir el teletrabajo uno o más días a la semana, etc.

En una PYME es relativamente fácil conocer la situación personal de cada una de las personas contratadas. Es importante interesarse por estas personas y conocerlas, permitiendo la conciliación con medidas tales como:

- ✎ Flexibilidad de horarios
- ✎ Compatibilidad de turnos
- ✎ Reparto equitativo del trabajo
- ✎ Eliminación o reducción de horas extraordinarias
- ✎ Fomento del tele trabajo
- ✎ Etc.

- Fomentar la igualdad de oportunidades

Es fundamental considerar por principio, que desde la selección de personal, la contratación del mismo, la retribución, la formación continua, el desarrollo profesional,

la participación, la publicidad, etc., que el género, la procedencia cultural, discapacidad, orientación sexual, edad, religión, etc., no afecta a la potencial contribución y a las capacidades que una persona puede aportar a su puesto de trabajo.

Promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, como fuente de enriquecimiento de la empresa, favorece que ésta aproveche al máximo el talento y el potencial de todo su personal, incrementándose la motivación y compromiso del mismo con la propia empresa. Para alcanzar este objetivo puede ser de utilidad la aprobación de un Plan de Igualdad, si bien es necesario recordar que, en nuestro país, hasta la fecha presente únicamente tiene un carácter obligatorio para las empresas que tienen más de 250 trabajadores/as, es decir que son grandes empresas, siendo voluntaria su elaboración para las medianas, pequeñas y microempresas.

- Promover la integración laboral de personas con discapacidad y en riesgo de exclusión social

Se trataría, en el primer caso, de ir más allá del 2% que establece la Ley de Integración Social de los Minusválidos (LISMI) para las empresas que tienen más de 50 trabajadores, es decir que son medianas y grandes empresas. Para ello se puede llegar a acuerdos con centros especiales de empleo o empresas de inserción, así como participar en proyectos de integración laboral de estos colectivos llevados a cabo por distintas organizaciones y fundaciones. De esta forma se potencia la integración laboral y social de las personas que forman estos colectivos con especiales dificultades.

- Favorecer la diversidad cultural en la empresa

La diversidad cultural puede contribuir a que las empresas, sea cual sea su dimensión, sean más innovadoras y puedan conquistar nuevos mercados. Algunas de las medidas que se pueden llevar a cabo en las empresas pueden ser: facilitar la acogida del personal extranjero aportándole información práctica escrita en su idioma, promover que personas con experiencia en la empresa colaboren en el proceso de integración, propiciar la comprensión de las informaciones de la empresa a la plantilla o valorar las costumbres religiosas y culturales en la distribución de periodos vacacionales.

Beneficios

La incorporación de este tipo de acciones vinculadas a las plantillas permite que las empresas puedan obtener los siguientes beneficios:

- El mantenimiento de la plantilla denota el compromiso de la empresa hacia los trabajadores/as y la fidelidad de éstos hacia la empresa, y es síntoma de un clima laboral adecuado.
- Permite sacar a relucir sus potencialidades y cualidades: los trabajadores y trabajadoras estarán orgullosos de formar parte del negocio, en el marco de un mejor clima laboral, en una empresa que se interesa por ellos, en definitiva todo esto les hace estar más motivados y estimulados.
- Las acciones en materia de conciliación repercuten positivamente en la motivación y el clima laboral, de una manera muy efectiva.
- Fomentar la igualdad de oportunidades, mejorará la gestión de la plantilla y permitirá un acceso a un rango más amplio de habilidades. Una plantilla más diversa proporciona a las empresas distintas oportunidades de negocio innovadoras e ideas originales en marketing. Aprovechar la riqueza de la igualdad y el mestizaje socio-cultural existente en la empresa potencia la capacidad competitiva de las empresas.
- Al hacerlos partícipes del funcionamiento de la empresa (decisiones, transparencia en la comunicación, etc.) supondrá tener a trabajadores/as que conocen y sienten “el negocio”, y esto redundará en una mejora de la competitividad y la sostenibilidad de la compañía en el tiempo.
- Muchas de estas acciones son, o pueden ser, objeto de subvenciones o ayudas de las diferentes Comunidades Autónomas o de la administración central o pueden ser objeto de reconocimientos oficiales por la labor de la empresa.
- Los clientes (y en general el resto de grupos de interés) apreciarán la existencia de estas medidas, con su fidelidad, ya que todas estas acciones ayudan a aumentar la confianza de

los trabajadores y trabajadoras en la empresa, mejorando su eficiencia y, en consecuencia, la calidad de los productos/servicios.

Los consumidores

Este es un ámbito muy importante para todas las empresas al margen de cuál sea su dimensión, incluida las microempresas.

Ahora bien, se puede diferenciar entre consumidores y clientes, puesto que en muchas ocasiones las PYMEs son proveedores de otras grandes empresas y en este caso no se trata de consumo final, sino de su función como proveedor para otras empresas, generalmente de mayor dimensión. Este matiz de hecho puede influir mucho en la estrategia de Responsabilidad Social en la PYME.

Con respecto a los consumidores y clientes, la empresa es también responsable de sus productos/servicios, así como del uso e impacto de los mismos a largo plazo sobre los clientes, los consumidores y la sociedad en general.

En este marco, las pymes y las micropymes pueden implementar distintas actuaciones, tales como:

- Promover la compra responsable en la empresa

Se trata de elegir y comprar bienes y servicios no sólo en función del precio (el más barato), sino también utilizar otros criterios sociales y medioambientales. Un ejemplo de esto puede ser la compra de papel reciclado o de productos fabricados por centros especiales de empleo. Así mismo, se puede entablar un diálogo con las entidades proveedoras de la empresa para que conozcan y, en su caso, compartan sus valores en materia de Responsabilidad Social.

- Conocer el grado de satisfacción y fidelidad de nuestros clientes, lo que es clave si se desea satisfacer las necesidades de nuestra clientela y aumentar su grado de satisfacción. Este objetivo se puede conseguir, por ejemplo:

- ✧ Realizando encuestas periódicas o preguntas directas en las negociaciones o procesos de venta
- ✧ Estableciendo canales de comunicación de posibles quejas, reclamaciones, sugerencias, etc.
- ✧ Analizando y clasificando periódicamente la información sobre quejas para tomar las acciones oportunas (p.e.: saber si están relacionadas con el proceso de venta o post-venta)
- ✧ Identificando las tipologías de clientes, el grado y razones de su fidelidad
- ✧ Etc.

- Fomentar la comunicación fluida con los mismos

Mantener sistemas de comunicación con la clientela ágiles es la base para poder interactuar con nuestro público objetivo. Para conseguir esta comunicación se pueden llevar a cabo las siguientes actuaciones:

- ✧ Establecer canales de comunicación fluida y eficiente (recepción y respuesta sistematizadas): existencia de un teléfono para clientes, teléfono de atención al consumidor, buzón de sugerencias, correo electrónico, etc.
- ✧ Crear una base de datos por clientes para tener un registro de la trazabilidad de la relación de la empresa con los mismos.
- ✧ Mejorar el etiquetado y presentación, etc., de los productos, por ejemplo, pensando en colectivos invidentes en productos de higiene y limpieza del hogar.

- Hacer un uso ético de la publicidad

Esta acción implica, por ejemplo, que lo publicitado se ajuste a la realidad, que la campaña publicitaria que se realice no sea ofensiva para determinados colectivos o que se dé una información adecuada y clara sobre el producto o el servicio.

- Prestar una atención integral a los clientes

Esta atención integral debe incluir asesoramiento claro y adecuado sobre los productos y servicios ofertados por la empresa, asistencia técnica, línea de atención directa a la clientela, encuestas de satisfacción o suministro de otros servicios de carácter voluntario.

- Favorecer la comunicación transparente hacia clientes y proveedores de manera que se facilite a estos la adopción de decisiones respecto a la empresa, generándose mayor confianza y credibilidad.
- Sensibilización medioambiental y social (en la venta y la post-venta)

Este proceso de sensibilización medioambiental y social es clave hoy en día para cualquier empresa. Para ello puede:

- ✎ Informar sobre los aspectos medioambientales y sociales contemplados en el producto y/o servicio suministrado (p.e.: en alimentación, los ingredientes procedentes de la agricultura biológica, etc., o las partes de la cadena de producción realizadas a través de empresas de inserción, etc.)
- ✎ Implantar (e informar sobre ello) principios éticos en materia de comercialización y publicidad y en los derechos de los consumidores.

- Acuerdos con grandes clientes

- ✎ Se pueden realizar convenios con “Grandes Clientes” relacionados con el fomento y la mejora de aspectos de la Responsabilidad Social, tanto en sus relaciones como en los productos y servicios que se le suministran (p.e.: adaptar los productos o servicios a las necesidades especiales de los clientes con discapacidad, tener en cuenta las características específicas de las personas de mayor edad, etc., la realización de campañas de sensibilización).

- Garantizar la seguridad (salud, medio ambiental, sociedad, etc.), trazabilidad y calidad del producto o servicio

- ✎ Los productos y servicios deben cumplir los requisitos legales y reglamentarios con respecto a la calidad y seguridad.
- ✎ La empresa debe manifestar expresamente su compromiso con estos requisitos y certificarlo, ante los clientes y consumidores.
- ✎ La información suministrada a este respecto debe ser completamente transparente y en base a datos fiables y contrastados (certificados por entidades acreditadas, etc.).
- ✎ Ofrecer productos/servicios que respondan a las expectativas de los clientes en cuanto a calidad y fiabilidad. Es importante consultar a tus clientes para que las expliciten.

Beneficios

Los beneficios que se pueden obtener de este tipo de acciones con consumidores y clientes pueden ser:

- Atender las demandas de los clientes y consumidores que quieren consumir, de forma creciente, productos y servicios cuyo proceso de producción sea justo y que respete su salud y seguridad.
- Acrecentar la calidad y fiabilidad de los productos y servicios, al adaptarse a las nuevas demandas del mercado y de la sociedad, lo que contribuirá a reforzar la capacidad competitiva de la empresa.
- La empresa se podrá anticipar a los cambios al conocer mejor el mercado al que se enfrenta, obteniendo de esta forma ventajas competitivas.
- Podrá acceder a la selección como “proveedora de grandes empresas”, que valoran muy positivamente en sus criterios de selección, las acciones de Responsabilidad Social.
- Los clientes y consumidores son inteligentes y enseguida apreciarán, con su fidelidad, estos cuidados.

La comunidad

La colaboración de la empresa con la comunidad ha sido considerada desde siempre parte de la Responsabilidad Social. Es más, muchos autores encuentran en el “principio de caridad” el origen de la Responsabilidad Social Empresarial. Más tarde el principio de caridad se complementó con el “principio de administración”, instando a la empresa a mirar por el interés del público, en tanto que era responsable de la administración de recursos públicos, que afectaban a los distintos miembros de la sociedad. Pero, al mismo tiempo, la filantropía ha sido utilizada como una herramienta de Marketing, con el fin de ganarse el favor de los públicos de interés.

La empresa, sea cual sea su dimensión o su fórmula jurídica, actualmente debe “gestionar” la relación con la comunidad desde la doble perspectiva:

- ✖ Como herramienta para ganarse el favor de los públicos de interés
- ✖ Y para resolver las necesidades sociales y medioambientales

En términos de Responsabilidad Social, lo que se pretende es que esas “acciones sociales” se integren como un elemento natural y necesario en la estrategia de negocio de las sociedades laborales. Es más, la reputación no se trata tan sólo de una cuestión de filantropía: las empresas deben realizar acciones que tengan un impacto positivo en su estrategia de negocio, desde distintos puntos de vista. Ser un “buen ciudadano” seguro que beneficiará más a su cuenta de resultados que si no lo es.

A continuación se presentan algunas acciones o modelos de colaboración de la empresa con la sociedad, para evaluar su aplicación en cada empresa, incluyendo todas las dimensiones o fórmulas jurídicas:

- Donaciones o patrocinios a ONGs, iniciativas sociales, culturales, deportivas, medioambientales, de cooperación al desarrollo, etc.

- ✎ Seleccionad causas sociales, medioambientales, etc., locales, regionales o nacionales que sean relevantes o que para cada empresa sean especialmente sensible a las mismas.
- ✎ Involucrad a los empleados y empleadas en este proceso: selección de los proyectos a apoyar.
- ✎ Apoyad estos proyectos o causas mediante donaciones monetarias o en especie (ordenadores usados, mobiliario de oficina, excedentes de comedores o de producción, etc.) a instituciones de la región.
- ✎ Realizad compras justas o solidarias (por ejemplo, regalos de empresa procedentes de Comercio Justo o de Empresas con trabajadores del ámbito de la exclusión, Maquinas de Vending con Café del Comercio Justo, etc.).
- ✎ Evaluad el impacto directo e indirecto de este apoyo. Incluid en las campañas de marketing dicha colaboración: por ejemplo, nota en prensa, publicidad, patrocinio o esponsorización de actos, etc.

- Fomentar el Voluntariado Corporativo entre el personal

Esto permite que el personal se enriquezca con una experiencia solidaria, al tiempo que la empresa se beneficia en términos de reputación y motivación de su plantilla. El voluntariado corporativo supone destinar recursos humanos de una empresa a acciones solidarias de manera voluntaria.

- ✎ Los empleados/as deben involucrarse en este proceso. Es posible que ellos quieran aprovechar sus competencias profesionales (Know- How) para ayudar a grupos de la comunidad local. Pensad en los trabajadores/trabajadoras más receptivos a estos temas y consultad con ellos como puede concretarse esta acción de voluntariado.
- Dar preferencia a proveedores locales
- ✎ En la selección de proveedores dar preferencia a aquellos situados en la comunidad local: esta selección produce mejoras el impacto social y medioambiental de una empresa, por ejemplo consumir productos de km 0.

- Marketing con Causa o Promoción con Causa

- ✎ Realizad campañas de captación de fondos a favor de causas sociales o medioambientales de la comunidad local o global, vinculadas a la venta de los productos o servicios de la empresa.

- ✎ Para que sea un éxito y permita la continuidad en la colaboración, lo más conveniente es apostar por la congruencia entre la causa y la empresa.

- Desarrollar relaciones de proximidad con la comunidad en la que opera

Es importante generar y desarrollar vínculos con la comunidad local. Esto se puede hacer, por ejemplo, esponsorizando a equipos deportivos locales, favoreciendo la contratación a vecinos de las poblaciones colindantes, involucrando al personal en una campaña de recogida de fondos para una obra benéfica o colaborando con eventos sociales (fiestas, etc.) de la comunidad local.

- Participar en programas de prácticas en empresa para estudiantes de formación profesional y universitaria

Este tipo de acción permite que, al tiempo que se ayuda al alumnado a adquirir experiencia profesional, la empresa pueda captar nuevos talentos que le permitan cubrir futuras necesidades de contratación. Además, una vez que entren a formar parte de la plantilla de la empresa, se integrarán fácilmente en el equipo por conocer ya el funcionamiento de la misma.

- Conocer el grado de impacto o implicación en la sociedad de la empresa

Es importante que la empresa conozca su grado de implicación con la sociedad local, pudiendo generar mayores lazos con la comunidad más próxima. Esto se puede hacer mediante:

- ✎ Premios y reconocimientos recibidos en los últimos años.

- ✎ La creación neta de empleo de la empresa en la localidad o en la región.

- ✂ Apoyo a personas emprendedoras o estudiantes en prácticas.
- ✂ Trabajo con proveedores procedentes del entorno local y/o de empresas de inserción.
- ✂ Participación en procesos de desarrollo local: Agenda Local 21, etc.

Beneficios

Estas acciones pueden producir los siguientes beneficios para las empresas:

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

Las autoridades locales

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, o puede tener, efectos positivos a la hora de participar en concursos y licitaciones para obras y compras públicas de ayuntamientos y otras administraciones públicas locales o regionales. También interactúa con ellas en la gestión del bienestar de la sociedad civil y en el mantenimiento de espacios comunes.

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

En este ámbito se pueden llevar cabo distintas acciones como:

- Mejorar el comportamiento ante la administración
 - ✎ Llevar a cabo una “fiscalidad responsable”, evitando prácticas deshonestas en materia de evasión fiscal, pagos en plazos, morosidad, etc.
 - ✎ Informarse sobre las iniciativas en sostenibilidad y Responsabilidad Social que está llevando la administración pública regional o local más próxima a su ubicación, y detectar en qué medida la empresa puedes involucrarse en ellas. También se pueden ajustar los productos/servicios a estas directrices: la sintonía beneficiará a la empresa.
- Conocer las cuestiones más relevantes de la empresa, sea cual sea su dimensión, en relación con las Administraciones Públicas
 - ✎ Contratos o convenios firmados.
 - ✎ Multas o sanciones recibidas y grado de resolución.
 - ✎ Grado de integración en el desarrollo local: empleo joven, regeneración económica, inserción de personas en riesgo de exclusión o de colectivos desfavorecidos, etc.
 - ✎ Adoptar una actitud vigilante con respecto a nuevas exigencias reglamentarias e iniciativas de promoción de la innovación y el desarrollo local sostenible.

Beneficios

Los beneficios que las empresas pueden conseguir en este ámbito pueden ser los siguientes:

- Las acciones de Responsabilidad Social tienen efectos positivos a la hora de participar en: concursos públicos y licitaciones, reconocimientos, concesión de subvenciones en todos los niveles administrativos, etc.
- La capacidad de anticiparse a nuevas normativas, derivada de la actitud vigilante, le preparará ante las nuevas exigencias y, por tanto, podrá diferenciarse con ventaja de sus potenciales competidores.
- 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 pública.

- 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 y mejor elemento de redistribución de la riqueza y de fomento del bienestar social.

Los proveedores

Las empresas no son un ente aislado de todo lo que le rodea, 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.

Es importante tener una visión positiva de los proveedores. No se puede pensar que son nuestros enemigos, sino que son o deben y pueden ser nuestros aliados. Son elementos claves para que la empresa, sea cual sea su dimensión o fórmula jurídica, mejore su capacidad competitiva.

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, en muchos casos, directamente a grandes empresas que exigen el cumplimiento de normas internacionales para comprar sus productos o servicios en la cadena final.

En un contexto globalizado, donde las materias/servicios suministrados pueden haberse producido en cualquier país y condiciones, se debe poner especial atención (e incluso evaluación personal) a las garantías de cumplimiento, por parte de los suministradores/ proveedores, de los siguientes aspectos:

- Principios Internacionales en materia de Derechos Humanos
- Derechos de los trabajadores/as

- Protección contra la explotación de trabajadores/as menores de edad
- Cumplimiento de las normas de protección de la salud y la seguridad en el trabajo

En este contexto, las sociedades laborales pueden realizar diferentes acciones, tales como las siguientes:

- Asegurar prácticas éticas hacia los proveedores

Para alcanzar un adecuado entorno de relaciones y de trabajo con las empresas proveedoras se puede conseguir:

✎ Estableciendo y cumpliendo un “Código de Conducta” con los proveedores (puede ser a nivel particular de la empresa o a nivel sectorial a través de la asociación representativa), con el que se eviten prácticas abusivas: relaciones oportunistas, no respeto de los derechos humanos, laborales y medioambientales, precios injustos, incumplimientos no justificados de las condiciones de pago, etc.

✎ Control periódico del cumplimiento del Código con cada una de las empresas proveedoras.

✎ Controlar el grado de satisfacción y fidelidad de los proveedores

✎ Implantar o exigir el cumplimiento o certificación en la norma SA 8000.

- Garantizar en la selección de proveedores la consideración de los aspectos de Responsabilidad Social Empresarial

✎ Establecer por escrito (en el Código de Conducta de la empresa) criterios de selección de proveedores que contemplen/valoren las medidas establecidas para la gestión, mejora o eliminación de sus impactos negativos: sociales, medioambientales (acreditación del cumplimiento de normas nacionales e internacionales, códigos de conducta internos de proveedores, etc.); así como la calidad, servicio, innovación, seguridad de los productos suministrados, etc.

✎ Control y revisión periódica del cumplimiento de estos criterios de evaluación: visitas a las empresas proveedoras, entrevistas en las renovaciones de contratos, etc.

- Apoyar a proveedores locales

En el Código de Conducta y en los criterios de selección, siempre que los procesos de producción lo permitan, se debería dar prioridad a las empresas proveedoras locales.

Primar la compra y contratación a empresas locales permite reducir la contaminación por transporte de mercancías y de contribuir al sostenimiento de la actividad económica de la localidad y de la región.

- Constituir relaciones de mutuo beneficio

✂ Acuerdos de sensibilización conjunta con proveedores o bien asociaciones sectoriales con proveedores habituales.

✂ Fomentar las relaciones duraderas y de calidad recíproca.

✂ Convenios de colaboración para proyectos de eficiencia e innovación: optimización de rutas (instaurar la logística moderna en la relación), canales de comunicación más ágiles (correo electrónico, Intranet reservado a proveedores, etc.). Ellos conocen tu empresa o el sector desde una perspectiva única y privilegiada: es importante escuchar sus sugerencias y constituir redes de sinergias mutuas y positivas que contribuyan al desarrollo económico y social local.

Beneficios

Los beneficios que las sociedades laborales pueden obtener son:

- Introducir estas recomendaciones en toda la “Cadena de Valor”, puede incluso crear ventajas competitivas en los productos de la empresa de carácter más sólido y perdurable que las basadas en los “bajos costos”: esto supone la apuesta por la calidad, servicio, fiabilidad y garantía, reputación, etc.
- Mejora de la productividad, eficiencia y creación de valor añadido por parte de la empresa.

- Mayor capacidad de innovación y de incremento de la producción.
- Cooperación más sólida con los subcontratistas, contribuyendo a conseguir un mejor entendimiento mutuo.
- Mejora de la motivación del personal y consolidación de valores compartidos.
- Consolidación del prestigio ante las partes interesadas externas: clientes, autoridades públicas, etc.
- La comunidad en general se beneficia de las garantías de un “proceso ético de producción”, de la salvaguarda de los derechos humanos y laborales.

Los competidores

Es más, en un entorno donde cada vez es más clara y decidida la exigencia por parte de la sociedad y de sus instituciones públicas y privadas, en el ámbito social, económico y medioambiental, hace que las sociedades laborales tengan que adoptar medidas para cambiar su manera de entender y de llevar adelante sus negocios, y que esas medidas además deban contribuir a aumentar su competitividad y a asegurar su supervivencia en el futuro.

En este contexto la asociación de empresas que comparten estos problemas, retos, motivaciones, etc., se presenta como una posibilidad más que idónea para hacerle frente y multiplicar las sinergias conjuntas, que se puedan presentar en el mismo. La máxima es pasar de sólo relaciones de rivalidad con la competencia, a trabajos en red basados en la complicitad y la cooperación. La opción de la asociación estratégica permite superar las principales dificultades para las PYMES, a la hora de “gestionar” de manera responsable sus negocios y actividades. Dichas dificultades son:

- La falta de información y la reducida dimensión de las PYMES
- La escasez de recursos económicos y de eficacia en la gestión de la Responsabilidad Social en las PYMES
- La falta de visión estratégica en los pequeños negocios
- La escasa repercusión mediática y publicitaria de sus iniciativas

Por otra parte, adaptarse más rápidamente a las demandas y exigencias de la sociedad que los competidores, puede ser una fuente de ventajas competitivas a largo plazo.

En los distintos apartados anteriores, se ha podido comprobar que la adopción de prácticas de Responsabilidad Social por parte de las sociedades laborales es un factor que puede contribuir a aumentar su competitividad.

Posibles acciones en este ámbito son:

- Fundar asociaciones que fomenten la Responsabilidad Social en las sociedades laborales, sobre todo en las PYMES

Para que la asociación sea eficaz es conveniente que se establezcan una serie de pautas de funcionamiento y se acometan unas acciones con carácter general:

- ✂ El compromiso por parte de las empresas asociadas de llevar una gestión socialmente responsable en todos sus ámbitos (económico, social y medioambiental) debe ser total, porque las acciones de un asociado afectan a toda la Asociación en su conjunto.
- ✂ Que se le dote de un nombre y se elabore un logo para la Asociación con el objetivo de dotarla de una “imagen corporativa” ilustrada en la publicidad, en el local, la documentación, etc., que pueda ser utilizable por los socios de pleno derecho de la Asociación.
- ✂ El establecimiento de una serie de requisitos ineludibles que deben cumplir cada sociedad laboral para entrar a formar parte de la Asociación y las normas que debe cumplir durante su pertenencia, con las posibles sanciones que acarrea su falta de cumplimiento.
- ✂ La asociación debe crear un “Código de Conducta” con carácter vinculante y que sea aplicable tanto a la propia Asociación como a sus asociados independientemente de que los propios socios tengan su código de conducta adaptado a sus características e idiosincrasia.

- ✎ Llevar una política de acción conjunta en temas de Responsabilidad Social (RS); si la Asociación firma un acuerdo o se compromete con una iniciativa todos sus socios asumen el acuerdo y se comprometen; si la Asociación realiza el “Triple Balance”, todos sus socios lo realizan, etc. Esto no quiere decir que uno de sus asociados no pueda acometer proyectos individuales de Responsabilidad Social (RS), pero estos no serán asumidos por la Asociación, ni formarán parte de las “señas de identidad” de la misma hasta que el conjunto de los asociados no las asuman también.
- ✎ Que se publicite la Asociación como un conjunto de empresas implicadas en la Responsabilidad Social, independientemente de su actividad, sector o tamaño y cuya característica más notable es que asumen el compromiso con la sociedad y su responsabilidad como miembro de ella. Es decir, se publicita la Responsabilidad Social y sus repercusiones en la sociedad, poniendo de ejemplo a las empresas pertenecientes a la Asociación.
- ✎ Que sea una institución abierta, siempre que se cumplan con los requisitos de acceso y democrática, donde el voto de cada sociedad laboral o empres tenga el mismo valor sin tener en cuenta otro criterio (económico, de antigüedad, etc.) y en justa correspondencia donde las aportaciones económicas para los proyectos que afecten al conjunto de los asociados sean idénticas.
- ✎ Deberá constituirse una “Asamblea General” donde estén representados todas las empresas asociadas y que ejerza un control sobre los gestores/as de la misma.
- Compartir con otras empresas/asociaciones las “buenas prácticas”
- ✎ Participa en Jornadas que promuevan la Responsabilidad Social en tu región/nación/entre regiones de la Unión Europea.
- ✎ Liderar esta promoción en la asociación sectorial o en las administraciones competentes de la región, etc., es importante ya que puede mejorar la reputación corporativa y la confianza de los clientes.

- Establecer convenios de colaboración con otras empresas e instituciones para proyectos de innovación
- ✎ Realiza “Joint- Ventures” con otras empresas del sector tanto regionales como en otros países de la Unión Europea (p.e.: recientemente adheridos a la Unión Europea o en vías de adhesión, seguramente se puede contar con el apoyo de la Unión Europea), para la creación de sinergias y la optimización de recursos en proyectos de innovación.
- ✎ Estas colaboraciones y alianzas con empresas y organizaciones competidores, permitirán reducir costes, rebajar precios y ofrecer nuevos productos y servicios imposibles de producir en solitario, etc., e incluso pueden contribuir a promover el desarrollo regional y/o interregional.

Beneficios

Establecer compromisos públicos a través del “Asociacionismo”, permite obtener los siguientes beneficios para las sociedades laborales:

- Prestigio y credibilidad para la labor en materia de Responsabilidad Social (de manera individual y conjunta, como es el Código Ético) que se estén realizando frente a todos los grupos de interés y principalmente ante los clientes y la administración pública. Ello les ofrece garantías firmes de la concienciación, sensibilidad y apuesta duradera de la empresa.
- Además, posibilita la realización de acciones de formación conjunta, aumentando la calidad y la variedad de las mismas y ahorrando costes. Se puede crear, incluso, una Base de Datos de Recursos y empleados/as según su capacitación, para ante cualquier contingencia se pueda dar una respuesta factible (por ejemplo, necesidades de personal, adopción de medidas de conciliación de la vida social y laboral, etc.).
- Posibilita el asesoramiento externo de manera conjunta, beneficiándose de unas mejores tarifas.

- En su caso, al emprender “Joints Ventures” para proyectos hará que todas empresas puedan beneficiarse de las sinergias conjuntas y de las eficiencias derivadas de ellas: compartir ideas y propuestas, conseguir ahorro de costes y acceso a una información de mayor calidad

El medio ambiente

Las empresas por su actividad (como cualquier ente “vivo”) provocan un impacto sobre el medioambiente ya que precisan consumir recursos (que a su vez para su producción han provocado el mismo ciclo perverso sobre el medio ambiente) 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 tipos de desequilibrios sociales entre el Norte y el Sur muy graves.

Dichos impactos en las sociedades laborales deben:

- Identificar: saber la fuente que lo genera y departamentos/procesos implicados.
- Minimizar en caso de ser negativo.
- Maximizar en caso de ser positivo.

Por supuesto la “identificación mínima” debe partir del cumplimiento del marco legislativo (Local, Autonómico, Nacional, Europeo y Mundial) y del diálogo activo y proactivo con todos los grupos de interés: grupos ecologistas, asociaciones de vecinos, asociaciones sectoriales, etc.

Las sociedades laborales pueden hacer acciones como las que se describen a continuación.

- Conocer y cumplir las normas/leyes medioambientales aplicables
- ✚ Consultar y contactar con los organismos competentes en cada nivel administrativo, ya que en España la competencia medioambiental está transferida a las Comunidades Autónomas.
- ✚ Consultar a la Asociación Ecologista de la propia región o a cualquiera de mayor ámbito. Pueden prestar un valioso apoyo a las empresas.

- Gestionar el consumo de recursos

- ✎ Gestionar el consumo de agua, electricidad, gas, materiales no reciclables, materiales reciclables, etc.

- ✎ Marcar objetivos de mejora y evalúa su consecución.

- Promover un uso eficiente del papel y del agua

Este tipo de uso permitirá reducir costes y adelantarse a futuras normativas. Algunas de las medidas que se pueden adoptar son consumir papel de bosques gestionados de manera sostenible o papel reciclado, configurar las impresoras a doble cara y facilitar el reciclaje por medio de contenedores específicos para ello, etc. Para un uso más sostenible del agua se pueden implantar sistemas de detección de fugas o instalar economizadores de agua.

- Fomentar el ahorro energético

Estas medidas permitirán además reducir gastos a la empresa. Algunas de las buenas prácticas que las empresas pueden adoptar en este sentido son:

- ✎ La instalación de bombillas LED o de detectores de presencia

- ✎ Apagar todos los equipos ofimáticos cuando no se estén utilizando

- ✎ Evitar utilizar aparatos de climatización con las ventanas abiertas

- ✎ Instalar sistemas de gestión técnica automatizada de los edificios

- ✎ Etc.

- Limitar las emisiones de CO₂ de la flota de vehículos de la empresa y del transporte particular de la plantilla

Algunas de estas medidas permitirán a la sociedad laboral, además, ahorrar en carburante y en impuestos. Para ello se puede adquirir los automóviles menos contaminantes del mercado, formar a quien conduce los vehículos de la empresa en eco-conducción, optimizar la logística para evitar trayectos inútiles (por ejemplo, mediante la utilización de GPS), fomentar el uso compartido de vehículos entre el personal o promover el teletrabajo.

- Minimizar los residuos y emisiones

- ✎ Reducir las emisiones y residuos, gestionando las fuentes y seleccionando los recursos.

- ✎ Apostar por el reciclado de los residuos y de los productos que fábrica cada empresa.

- Reconvertir la “amenaza medioambiental” en una oportunidad competitiva

- ✎ Apostar por la ecoeficiencia, el ecodiseño de los procesos productivos/productos/servicios.

- ✎ Implantar Sistemas de Gestión Medioambiental como la ISO 14001 (Mundial) o EMAS (Europeo).

- ✎ Comprometer a los socios comerciales y proveedores con la “Causa Medioambiental”.

Beneficios

Los beneficios que pueden obtener las sociedades laborales con este tipo de actuaciones pueden ser los siguientes:

- Los consumidores y clientes están cada vez más sensibilizados: en la elección de compra o en la selección como proveedor, tienen de cada vez más peso las iniciativas de mejora del impacto medioambiental que esté realizando la empresa. La apuesta por la ecoeficiencia y/o el ecodiseño ofrecerá mejoras a medio plazo en: los costes, mayor sensibilización de los trabajadores y trabajadoras, efecto diferenciador con respecto a la competencia, mejora de la reputación empresarial ante diferentes grupos de interés (consumidores, administración pública, grupos ecologistas, etc.).

- Nuevos nichos de mercado y de empleo, que se derivan de la puesta en práctica de las directrices europeas y mundiales para la superación de los problemas ecológicos: Protocolo de Kyoto, Directiva IPPC, etc.; por ejemplo: Diseño, Desarrollo, Mantenimiento de instalaciones de energías alternativas, Nuevas líneas de Asesoría Empresarial, etc.
- Beneficios adicionales por la venta de sub-productos (antiguos desechos) para su aprovechabilidad como materias primas en otros procesos productivos por parte de la misma o por otra empresa.
- Implantar estas medidas de mejora permitirá tener conciencia del verdadero impacto medioambiental de la actividad empresarial y, por tanto, tomar medidas en cuanto a la reducción de dicho impacto y la reutilización de los recursos.
- Se puede llegar a conseguir reconocimientos por esta labor, que reportaran ventajas competitivas y un estímulo interno que redundará en la productividad/motivación del personal y la calidad/garantías que ofrecen los productos y servicios de la empresa.

El gobierno corporativo

Es la forma en la que las empresas son dirigidas y controladas. Las “fricciones” suelen surgir cuando propiedad y control están separados, al manifestarse conflictos de intereses entre accionistas (valor) y directivos (tamaño y riesgos). Aunque en las PYMEs y, por tanto, en las sociedades laborales en general, en la mayoría de las ocasiones coinciden la propiedad y la gerencia en una misma persona o familia, ello no las exime de un comportamiento ético en la gestión empresarial y la observancia de una serie de recomendaciones para autorregular el buen comportamiento de los “Consejeros/as”.

En este ámbito las sociedades laborales pueden realizar diversas acciones, tales como:

- Impulsar Códigos Éticos en la Gestión
 - ✍ Redactar un Código deontológico desde la correspondiente asociación sectorial que promueva y garantice el “buen” Gobierno Corporativo
- Suministrar información transparente

- ✍ Cuando los propietarios/inversores lo soliciten, o de manera periódica, suministrar información veraz y contrastada referida a los aspectos de la gestión económico-financiera y/ o al ámbito de la Responsabilidad Social (RS).
- ✍ Aprovechar las herramientas de gran divulgación y bajo coste como la página Web o el correo electrónico.
- ✍ Realizar informes de triple balance o memorias de sostenibilidad (por ejemplo, se puede ver el modelo GRI para PYMES en la siguiente dirección electrónica: <http://www.globalreporting.org>).

■ Comprometerse expresamente en materia de Responsabilidad Social

- ✍ Este compromiso se puede materializar mediante la redacción de la misión/visión empresarial, en las que aparezca el compromiso expreso de la “Dirección” en cuanto a la aplicación de las políticas de Responsabilidad Social en todos los ámbitos de la empresa y en cuanto a la transparencia a la hora de comunicar la información relevante de la empresa garantizando dichas actuaciones a través del cumplimiento de normas o estándares nacionales e internacionales.

Beneficios

Los beneficios que pueden conseguir las sociedades laborales haciendo estas acciones son:

- Mejora el impacto de la actividad empresarial en la sociedad al aportar credibilidad y mayores garantías.
- Se amplía la oferta de “retorno” de la inversión al compaginarse rentabilidad económica, con rentabilidad social y medioambiental.
- Permite el acceso a una fuente de financiación externa a un interés razonable. Si disminuye el riesgo de la inversión disminuye la exigencia de rentabilidad exigida por la entidad financiera.

- Al establecer Códigos de Conducta o de Buen Gobierno e Informes de triple Balance, se ayuda a clarificar la política de la empresa y a implicar a sus trabajadores/as y colaboradores/as en el proyecto, así como a informar a los “grupos de interés” de la empresa.
- Permite tener un mayor y mejor control de riesgos. Tener un código de Buen Gobierno es sintomático de Buena Gestión.

7. QUE SE PUEDE HACER

Establecido este marco de posibles ámbitos de actuación y de acciones individualizadas que las sociedades laborales pueden implementar que se han descrito en el apartado anterior es posible pasar a la realización de iniciativas más complejas.

En efecto, existen distintos escenarios con diferentes implicaciones que pueden realizar las sociedades laborales. En este sentido, es posible identificar varias iniciativas que pueden llevar a cabo las mismas, aunque puede existir algún tipo de condicionante específico en cada caso. Dichas iniciativas son:

- El Pacto Mundial de las Naciones Unidas
- La elaboración de un Plan de Responsabilidad Social
- La redacción de una memoria de Responsabilidad Social
- La certificación en materia de Responsabilidad Social

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas

La adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas podría ser la primera de las iniciativas posibles a adoptar, si bien existe un condicionante previo que consiste en que la sociedad laboral deben tener al menos diez personas empleadas. Por tanto no pueden llevar a cabo esta iniciativa aquellas sociedades laborales que son microempresas.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas está estrechamente relacionado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se adoptaron en septiembre de 2015 y, aunque se ha conseguido un avance importante a la hora de concienciar sobre la consecución de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, no existe una situación que permita lograr ninguno de estos objetivos para las fechas límite.

Por este motivo, con la finalidad de fortalecer esta acción por parte de las empresas, la ONU puso en marcha el Pacto Mundial. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es un llamamiento a las empresas para que incorporen en el funcionamiento de las empresas 10 principios universales relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción en sus estrategias y operaciones, así como para que actúen de forma que

avancen los objetivos sociales y la implementación de los ODS. Al involucrar a miles de empresas de todos los tamaños y sectores de todo el mundo, se está trabajando para movilizar un movimiento verdaderamente global de empresas responsables que integran la sostenibilidad en sus estrategias y operaciones principales tanto para el beneficio tanto de la sociedad como para el suyo.

En síntesis, el Pacto Mundial de Naciones Unidas persigue dos objetivos principales:

- ❖ Incorporar los 10 Principios en las actividades empresariales de todo el mundo.
- ❖ Canalizar acciones en apoyo de los objetivos más amplios de las Naciones Unidas, incluidos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Los 10 principios del Pacto Mundial de la ONU

Los 10 principios del Pacto Mundial de la ONU, derivados de las convenciones y declaraciones de las Naciones Unidas, están reconocidos y respaldados por numerosos documentos finales y resoluciones intergubernamentales, incluidas las resoluciones de la Asamblea General. Para unirse al Pacto Mundial de la ONU, el ejecutivo de mayor nivel se compromete públicamente con el Secretario General a que la empresa adoptará un planteamiento responsable, basado en principios e integrado con los objetivos de desarrollo de las Naciones Unidas según los Principios, señalando al mismo tiempo el potencial de la empresa para convertirse en un socio fuerte y a largo plazo de la Organización.

Los 10 principios del Pacto Mundial de la ONU son los siguientes (<https://www.pactomundial.org/que-puedes-hacer-tu/diez-principios/>):

Derechos humanos

- ✎ Principio 1: las empresas deberían apoyar y respetar la protección de derechos humanos declarados internacionalmente.

Ya que no solo los gobiernos o los estados soberanos son los únicos a los que les corresponde la responsabilidad de respetar los derechos humanos. Estos son importantes

tanto para los individuos como para las asociaciones. Parte del compromiso asumido por el Pacto Mundial, es que la comunidad empresarial tiene la responsabilidad de que se respeten los derechos humanos tanto en los lugares de trabajo como en su esfera de influencia más amplia.

Más allá de su respeto, se alienta a las organizaciones a tomar medidas para apoyar los derechos humanos. Esto significa animar a las empresas a crear acciones voluntarias para contribuir, de forma positiva, a la protección y cumplimiento de los derechos humanos, ya sea a través de la actividad principal, la inversión social estratégica o la filantropía, la participación en las políticas públicas o su promoción o a través de las alianzas y otras acciones colectivas.

Las acciones de apoyo deben ser un complemento y no un sustituto del respeto a los derechos humanos. Se debe prestar especial atención a los derechos de los grupos vulnerables, como son las mujeres, niños, personas con discapacidad, pueblos indígenas, trabajadores migrantes, personas mayores, etc.

Los elementos fundamentales para un enfoque de gestión integral en derechos humanos son los siguientes:

- Evaluar los impactos de las empresas en los derechos humanos. Considerar las implicaciones potenciales por parte de las organizaciones, de las actividades y las relaciones dentro del contexto operativo.
- Integración de políticas de derechos humanos en la empresa. Si los derechos humanos no están completamente integrados en todas las funciones y procesos internos relevantes de cada empresa, pueden producirse acciones inconsistentes o contradictorias.
- Tomar medidas: la actuación adecuada que debe emprender una empresa variará según si ha causado o ha contribuido a un impacto, y si está directamente relacionada con ese impacto a través de sus relaciones comerciales. En función de lo cual la compañía deberá cesar, prevenir, o mitigar el impacto.
- Seguimiento del progreso: los procesos de supervisión generan la información

necesaria para crear incentivos y desincentivos adecuados para los empleados, garantizar la mejora continua y realizar los ajustes necesarios en las prioridades y los enfoques.

- Comunicar los progresos: la generación de informes es un motor para el cambio, tanto externa como internamente.
- Reparación: una compañía debe compensar o participar en la compensación de los impactos adversos sobre los derechos humanos que ha causado o en los que ha contribuido.

✎ Principio 2: las empresas deberían asegurarse de no ser partícipes de vulneraciones de derechos humanos.

El término de complicidad hace referencia a la implicación en algún caso de vulneración de los derechos humanos que otra empresa, entidad, gobierno, individuo o grupo está causando. Los dos elementos que suelen componer un acto de complicidad son: el acto u omisión de que facilita a otra entidad o persona la vulneración, y el conocimiento de que dicho acto podría causar tal abuso.

En función de los diferentes contextos en los que se pueden producir las acusaciones de complicidad en la vulneración de derechos humanos, se pueden distinguir tres tipos de complicidad:

- Complicidad directa: cuando una empresa proporciona bienes o servicios que sabe que serán utilizados para llevar a cabo el abuso.
- Complicidad beneficiosa: cuando una empresa se beneficia de los abusos contra los derechos humanos, incluso si no los ayudó de manera positiva o los causó.
- Complicidad silenciosa: cuando la compañía permanece callada o inactiva frente a los abusos sistemáticos o continuos a los derechos humanos.

Los elementos fundamentales para un enfoque de gestión integral en derechos humanos son:

- Crear conciencia dentro de la organización sobre los problemas conocidos, en materia de derechos humanos, dentro de la esfera de influencia de la propia entidad.
- Instaurar una política efectiva de derechos humanos y debida diligencia, permitiendo conocer que se han tomado todas las medidas razonables para evitar la participación en dicha vulneración.
- Identificar funciones que están en mayor riesgo de vincularse con abusos contra los derechos humanos dentro de la organización.
- Condenar en privado y públicamente los abusos contra los derechos humanos que hayan sucedido de manera sistemática y continua.
- Consultar continuamente sobre aspectos de los derechos humanos con los grupos de interés, dentro y fuera de la empresa.
- Evaluar el impacto sobre los derechos humanos que una inversión pueda causar en la comunidad o región.
- Identificar riesgos funcionales internos en las situaciones posteriores a la inversión. Con el análisis de funciones concretas de compras, logística, relaciones gubernamentales, gestión de recursos humanos, salud, seguridad y medioambiente, ventas o marketing.

Trabajo

 Principio 3: las empresas deberían defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva.

El término de libertad de afiliación hace referencia al derecho de empresarios/as y trabajadores/as a constituir asociaciones y sindicatos en función de sus necesidades. Los empresarios/as no deben interferir en la decisión de un empleado/a sobre su derecho de afiliación ni discriminarlo por afiliarse, como tampoco si desea ser representante de dicho empleado/a.

La libertad de afiliación implica que los empresarios/as, los sindicatos y los representantes de los trabajadores/as puedan discutir libremente sus problemas en los centros de trabajo con el fin de alcanzar acuerdos conjuntamente aceptados. Además deben permitir que los trabajadores/as (y las organizaciones) ejerzan su derecho de defender sus intereses económicos y sociales.

El término de negociación colectiva se refiere al proceso o actividad que conduce a la firma de un convenio colectivo. La negociación colectiva es un proceso voluntario utilizado para determinar las exigencias y las condiciones de trabajo y para regular las relaciones entre los empresarios/as, los trabajadores/as y sus organizaciones.

Las empresas hacen frente a muchas incertidumbres en el actual mercado global que se encuentra en continuo cambio. El establecimiento de un auténtico diálogo con representantes de los trabajadores y trabajadoras elegidos libremente, permite que tanto el personal trabajador como los empleadores/as puedan comprender los problemas que surjan en el negocio y encontrar la manera de resolverlos. La libertad de asociación y el ejercicio de la negociación colectiva proporcionan oportunidades para el diálogo constructivo y para evitar y reducir la confrontación.

Esto aprovecha la energía necesaria para formular soluciones que resultan en beneficios para la empresa, sus grupos de interés, y la sociedad en general y con frecuencia es más flexible y eficaz que la regulación estatal. Por lo tanto, puede ayudar a prever posibles problemas y avanzar en mecanismos pacíficos para tratar con ellos. La experiencia indica que la dinámica resultante de la libertad de asociación puede poner en marcha un «trabajo decente», lo que aumenta la productividad, los ingresos y los beneficios para todos los interesados.

Por otra parte, la garantía de la representación a través de una «voz en el trabajo» facilita las respuestas locales a una economía globalizada, y sirve como base para el crecimiento sostenible y la rentabilidad de las inversiones. Los resultados ayudan a cerrar la brecha de representación cada vez mayor en sistemas de trabajo globales, y facilitar la entrada de esas personas, regiones y sectores económicos – especialmente las mujeres y los trabajadores/as del sector informal – que de otra manera pueden ser excluidos de participar en los procesos de creación de ambientes de trabajo decente.

En el lugar de trabajo

Las acciones que se pueden hacer en el lugar de trabajo son:

- Respetar el derecho de todos los trabajadores y trabajadoras a formar y afiliarse a un sindicato de su elección sin temor a la intimidación o represalia, de acuerdo con la legislación nacional.
- Establecer políticas y procedimientos no discriminatorios con respecto a la organización sindical, la afiliación sindical y la actividad en áreas tales como el empleo y las decisiones sobre ascensos laborales, despidos o transferencia de puestos de trabajo.
- Proporcionar a los representantes de los trabajadores y trabajadoras con instalaciones apropiadas para ayudar en el desarrollo del convenio colectivo existente de una forma eficaz.
- No interferir con las actividades de los representantes de los trabajadores/as mientras llevan a cabo sus funciones de manera que no son perjudiciales para las operaciones regulares de la empresa.
- Prácticas tales como permitir el cobro de las cuotas de afiliación dentro de la empresa, la publicación de avisos sindicales, la distribución de documentos de la Unión Europea y el suministro de locales, han demostrado que ayuda a construir buenas relaciones entre la dirección y los trabajadores/as, siempre que no se

utilizan como una herramienta en manos de la empresa para ejercer un control indirecto.

En la mesa de negociación

En este ámbito se pueden implementar las siguientes acciones:

- Reconocer a las organizaciones representativas para fines de negociación colectiva.
- Utilizar la negociación colectiva como un foro constructivo para tomar decisiones sobre las condiciones de trabajo y de empleo y las relaciones entre los empleadores/as y los trabajadores/as o sus respectivas organizaciones.
- Utilizar la negociación para la resolución de cualquier problemas u otras necesidades de interés para los trabajadores/as y la dirección, incluida la reestructuración y la formación, los procedimientos de despido, las cuestiones de seguridad y salud, de quejas y procedimientos de solución de diferencias, las normas disciplinarias y la familia y el bienestar de la comunidad.
- Proporcionar la información necesaria para que la negociación colectiva sea eficaz
- Compensar el trato con el sindicato más representativo para asegurar la viabilidad de las organizaciones más pequeñas para que puedan continuar representando a sus miembros.

En la comunidad de la operación

- Tener en cuenta el papel y la función de las organizaciones representativas de empleadores nacionales.
- Tomar medidas destinadas a mejorar el clima de relaciones laborales, sobre todo en aquellos países que carecen de un marco institucional y legal adecuado para el reconocimiento de los sindicatos y de la negociación colectiva.

✎ Principio 4: las empresas deberían defender la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.

El trabajo forzoso es aquel que se obtiene de una persona mediante amenazas o castigos y para el cual dicha persona no se ha ofrecido voluntariamente a realizarlo. Debe ser ofrecido libremente y los empleados y empleadas deben tener libertad para marcharse siguiendo las reglas que se hayan establecido. Ninguna compensación ofrecida a un trabajador/a prueba que el trabajo no esté siendo realizado de manera forzada o bajo coacción.

El trabajo realizado bajo coacción puede adoptar distintas modalidades:

- Trabajo obligado para devolución de deudas.
- Trabajo infantil en condiciones particularmente abusivas en las que los niños no tienen elección sobre el trabajo.
- El trabajo o la prestación de servicios por parte de presos si son contratados y puestos a disposición de individuos particulares, empresas o asociaciones de forma involuntaria y sin supervisión de autoridades públicas.
- Prácticas cercanas a la explotación como la obligación de trabajar más horas de las legales o la retención de depósitos (financieros o documentos personales) a cambio de empleo.

El trabajo forzoso no sólo constituye una violación de los derechos humanos fundamentales, sino que también priva a la sociedad de la oportunidad de desarrollar habilidades y recursos humanos. Por lo que las consecuencias del trabajo forzoso no sólo afectan a las personas, y en particular a los niños y niñas, sino también a la sociedad y la economía en general.

Aunque las empresas que operan bajo la ley normalmente no utilizan este tipo de prácticas, el trabajo forzoso puede producirse mediante sus vínculos comerciales con terceros, incluyendo a los contratistas y proveedores. Como resultado, todos los empleadores/as deben ser conscientes de las formas y causas del trabajo forzoso, así

como la forma en que podría ocurrir en diferentes industrias.

En el lugar de trabajo

Las acciones que se pueden hacer son:

- Tener una política clara de no practicar, ser cómplices, o beneficiarse de trabajo forzoso.
- Si el cumplimiento de las disposiciones laborales forzadas de las leyes y reglamentos nacionales es insuficiente, es necesario tener en cuenta las normas internacionales.
- Asegurar que todos los trabajadores/as de la compañía tienen una comprensión completa de lo que es el trabajo forzoso.
- Hacer contratos de trabajo a todos los empleados/as en los que se indiquen los términos y condiciones del servicio, el carácter voluntario del empleo, la libertad de salir (incluyendo los procedimientos apropiados) y las sanciones que pueden estar asociados con una salida o el cese del trabajo.
- No confiscar los documentos de identidad de los trabajadores/as.
- Prohibir a los socios comerciales de percibir una tasa de reclutamiento de los trabajadores/as.
- Escribir contratos de trabajo en lenguas fácilmente comprensibles para los trabajadores/as, lo que indica el alcance y las modalidades de dejar el trabajo.
- Estar al tanto de los países, regiones, industrias, sectores o actividades económicas en las que es más probable que se dé una práctica de trabajo forzoso.

- En la planificación y realización de las operaciones de negocio, asegurar que los trabajadores/as en servidumbre por deudas o en otras formas de trabajo forzoso no están comprometidos y, cuando se encuentran, garantizar la supresión de tales trabajadores/as del lugar de trabajo con los servicios y la provisión de alternativas viables adecuados.
- Aplicar las políticas y procedimientos institucionales para prohibir el requisito de que los trabajadores/as aporten recursos monetarios en depósitos financieros de la empresa.
- En el caso de la contratación de reclusos para el trabajo en o fuera de las prisiones, asegurarse de que sus términos y condiciones de trabajo son similares a las de una relación libre de trabajo en el sector de los involucrados, y que han dado su consentimiento a trabajar para un empleador/a privado/a.
- Asegurarse de que las operaciones a gran escala de desarrollo no se basan en el trabajo forzoso en cualquiera de las fases.
- Vigilar de forma cuidadosa las cadenas de suministro y los acuerdos de subcontratación para evitar situaciones de trabajo forzoso.

En la comunidad de la operación

En este ámbito se puede:

- Establecer o participar en un grupo de trabajo o comité sobre el trabajo forzoso en la organización representativa de los empleadores a nivel local, estatal o nacional.
- Trabajar en alianza con otras empresas, asociaciones sectoriales y organizaciones empresariales para desarrollar un enfoque conjunto de toda la industria sobre el tema, y construir puentes con los sindicatos, las autoridades policiales, las inspecciones de trabajo, etc.

- Apoyar y ayudar a los modelos de educación, formación profesional y de asesoramiento para los niños y niñas retirados de situaciones de trabajo forzoso.
- Contribuir al desarrollo de la formación profesional y las alternativas de generación de ingresos, incluyendo los programas de financiación de microcréditos para adultos apartados de la actividad de trabajo forzoso.
- Fomentar programas de salud y nutrición complementaria para los trabajadores/as apartados del trabajo forzoso peligroso, y proporcionar atención médica para ayudar a los afectados por enfermedades profesionales y la malnutrición como resultado de su trabajo involuntario.

✎ Principio 5: las empresas deberían defender la abolición efectiva de la mano de obra infantil.

El término de trabajo infantil es una forma de explotación que constituye una violación de los derechos humanos y es reconocido y definido así por organismos internacionales. A menudo se produce a causa de las presiones que ejercen la pobreza y el desarrollo insuficiente, y existe tanto en la economía legal como en la ilegal; siendo en este último caso donde se encuentran las peores formas de explotación infantil.

El Convenio Nº 182 de la OIT, complementario de la Convención 138, exige a los gobiernos a dar prioridad a la eliminación de las peores formas de trabajo infantil llevadas a cabo por todos los niños menores de 18 años. Las cuales se definen como:

- Todas las formas de esclavitud – incluyendo el tráfico de niños, la servidumbre por deudas, trabajo forzoso y obligatorio, y la utilización de niños en los conflictos armados
- La utilización, el reclutamiento o la oferta de niños para la prostitución, la producción de pornografía o actuaciones pornográficas
- La utilización, el reclutamiento o la oferta de niños para actividades ilícitas, en particular la producción y tráfico de drogas, y

- El trabajo que es probable que dañe la salud, la seguridad o la moralidad de los niños y niñas como consecuencia de su naturaleza o las circunstancias en las que se lleva a cabo.

La apuesta de las empresas por la erradicación del trabajo infantil, tiene fuertes repercusiones en los beneficios y el incremento del valor de sus acciones.

Por el contrario, la asociación de la empresa con la explotación infantil probablemente dañe gravemente la reputación de una empresa. Se produce un mayor riesgo en el caso de las empresas transnacionales, por contar con extensas cadenas de suministro y de servicios, en las que la explotación económica de los niños y niñas, incluso por un socio de negocios, puede dañar la imagen de marca.

Que se puede hacer en el lugar de trabajo

Se puede hacer:

- Estar al tanto de los países, regiones, sectores, actividades económicas en las que existe una mayor probabilidad de que se produzca el trabajo infantil y responder en consecuencia con las políticas y procedimientos necesarios.
- Adherirse a la admisión de las leyes y reglamentos nacionales de trabajo y, cuando la legislación nacional sea insuficiente, es necesario tener en cuenta las normas internacionales.
- Utilizar mecanismos adecuados y verificables para la verificación de la edad en los procedimientos de contratación.
- No tener una política general de contratación contra los niños/as menores de 18 años, ya que excluirá a los mayores de la edad legal para el empleo de las oportunidades de trabajo decente.

- Cuando los niños y niñas por debajo de la edad legal para trabajar se encuentran en el lugar de trabajo, tomar medidas para eliminarlos de trabajar.
- Ayudar a la búsqueda de alternativas viables y el acceso a servicios adecuados para los niños/as y sus familias.
- La influencia sobre los subcontratistas, proveedores y otros negocios afiliados para combatir el trabajo infantil.
- Desarrollar e implementar mecanismos para detectar el trabajo infantil.
- Donde los salarios no están determinados de forma colectiva o por la regulación del salario mínimo, adoptar medidas para garantizar que los salarios pagados a los adultos toman en cuenta las necesidades tanto de ellos y sus familias.

Que se puede hacer en la comunidad

En este ámbito se puede:

- Trabajar en asociación con otras empresas, asociaciones sectoriales y organizaciones empresariales para desarrollar un enfoque de toda la industria para abordar la cuestión, y construir puentes con los sindicatos, las autoridades policiales, inspecciones de trabajo y los demás.
- Establecer o participar en un grupo de trabajo o comité sobre el trabajo infantil en la organización de empleadores representativa a nivel local, estatal o nacional.
- Soportar y ayudar en el diseño de la formación/educación profesional y los programas de asesoramiento para los niños y niñas que trabajan, y las habilidades de entrenamiento para los padres y madres de los niños y niñas que trabajan.

- Alentar y ayudar en el lanzamiento de programas de salud y nutrición suplementaria para niños y niñas retirados del trabajo peligroso, y proporcionar cuidados médicos a curar a los niños y niñas de las enfermedades profesionales y la desnutrición.

 Principio 6: las empresas deberían defender la eliminación de la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

El término de discriminación en el empleo y ocupación es «cualquier distinción, exclusión o preferencia que produzca el rechazo o la desigualdad en las oportunidades o en el trato de solicitudes de empleo o de ocupación» realizada por razón de «raza, color, sexo, religión, opiniones políticas, nacionalidad de origen o extracción social». La discriminación puede basarse también en una discapacidad física o mental.

La discriminación en el empleo y la ocupación significa tratar a las personas de manera diferente o menos favorable debido a características que no están relacionadas con su mérito o los requisitos inherentes del trabajo. Según la legislación nacional, estas características comúnmente incluyen: raza, color, sexo, religión, opinión política, nacionalidad, origen social, edad, discapacidad, enfermedades como el VIH/SIDA, afiliación sindical y orientación sexual. Sin embargo, el Principio 6 permite a las empresas considerar motivos adicionales en los que puede haber discriminación en el empleo y la ocupación. Las distinciones realizadas estrictamente en función de las exigencias inherentes al trabajo no se consideran discriminatorias.

La apuesta de las empresas por la diversidad y la inclusión en el lugar de trabajo abre nuevas oportunidades de negocio y facilita la mejor gestión de riesgos, al tiempo que permite incrementar la productividad, actuar como una fuente de innovación o mejorar la satisfacción de clientes y socios.

Por el contrario, la discriminación laboral conduce a tensiones sociales que son potencialmente perjudiciales para el entorno empresarial tanto dentro de la empresa como en la sociedad. En primera instancia, negando el acceso a los talentos de un grupo más amplio de trabajadores/as, y por lo tanto a las habilidades y competencias que

podrían servir a la entidad. Estas malas prácticas a su vez generarán resentimiento en las personas y equipos de la empresa, traducándose en un menor rendimiento de las mismas. La discriminación aísla a la empresa empleadora de la comunidad en general y puede dañar la reputación de una compañía, afectando a las ganancias y al valor de las acciones.

Asimismo, estas malas prácticas afectan de igual forma a la economía nacional y global, ya que suponen oportunidades perdidas para el desarrollo de habilidades e infraestructuras para su fortalecimiento.

Algunos ejemplos de cómo las empresas apoyan y respetan los derechos humanos a través de sus actividades en el lugar de trabajo son:

- Instituir políticas y procedimientos de la empresa que hagan que las calificaciones, habilidades y experiencia sean la base para la contratación, colocación, capacitación y avance del personal en todos los niveles.
- Asignar la responsabilidad de los problemas de igualdad de empleo a un alto nivel, publicando políticas y procedimientos claros en toda la compañía para orientar la igualdad de prácticas laborales.
- Trabajar caso por caso para evaluar si una distinción es un requisito inherente de un trabajo, y evitar la aplicación de requisitos laborales que sistemáticamente pondrían en desventaja a ciertos grupos.
- Mantener registros actualizados sobre reclutamiento, capacitación y promoción que brinden una visión transparente de las oportunidades para los empleados/as y su promoción dentro de la organización.
- Llevar a cabo entrenamiento de sesgo inconsciente.
- Desarrollar procedimientos para atender las quejas, manejar las apelaciones y brindar recursos a los empleados y empleadas.

- Tener en cuenta las estructuras formales y los problemas culturales informales que pueden evitar que los empleados planteen inquietudes y quejas.
- Proporcionar capacitación al personal sobre políticas y prácticas de no discriminación, incluida la conciencia de la discapacidad. Ajustar razonablemente el entorno físico para garantizar la salud y la seguridad de los empleados/as, clientes y otros visitantes con discapacidad.

Que se puede hacer en la comunidad

- Fomentar y apoyar los esfuerzos para construir un clima de tolerancia y acceso equitativo a las oportunidades para el desarrollo ocupacional
- Garantizar la igualdad de acceso al empleo de las mujeres y las minorías

Medio ambiente

✎ Principio 7: las empresas deberían apoyar un planteamiento preventivo con respecto a los desafíos ambientales.

El término de enfoque preventivo establece que: “cuando haya peligro de daño grave o irreversible, la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces para impedir la degradación del medio ambiente”.

La precaución consiste en la aplicación sistemática de la evaluación, gestión y comunicación de riesgos. Por lo que en este sentido, cuando hay una sospecha razonable de posible perjuicio al medioambiente, se debe aplicar un enfoque preventivo a la hora de tomar decisiones, considerando la incertidumbre que se desprende de la evaluación científica.

La decisión sobre el nivel «aceptable» de riesgo implica no sólo la evaluación científica-tecnológica y el análisis de costo-beneficio económico, sino también consideraciones políticas como la aceptación por parte del público. Desde un punto de vista de política pública, la precaución se aplica siempre y cuando la información científica sea incompleta o inconclusa y el riesgo asociado todavía se considera demasiado alto para ser impuesta a la sociedad. El nivel de riesgo considerado por lo general se refiere a las normas de medio ambiente, salud y seguridad.

✎ Principio 8: las empresas deberían llevar a cabo iniciativas para fomentar una mayor responsabilidad ambiental.

Las empresas y las industrias deben aumentar la auto-regulación, orientados por códigos apropiados, reglamentos e iniciativas integradas en todos los elementos de planificación y toma de decisiones, y fomentando la apertura y el diálogo con el personal empleado y el público.

La Cumbre del Planeta de Río celebrada en 1992 ha actuado como una ‘llamada de atención’ para muchos sectores de la sociedad, incluido el sector empresarial. Por primera vez un grupo de accionistas se reunió para debatir las dificultades planteadas por los modelos de industrialización, el crecimiento de la población y los desequilibrios sociales del mundo.

El mensaje lanzado a las empresas se recogió en el Capítulo 30 de la Agenda 21 en el que se ahonda en la función que desempeñan las empresas y la industria en la agenda de temas para el desarrollo sostenible y se presentan unas directrices generales de lo que la responsabilidad medioambiental debe significar para las empresas.

La conferencia puso de relieve la fragilidad real del planeta y, en particular, centró la atención sobre tres puntos:

- El daño que se está produciendo a muchos ecosistemas naturales.
- La amenazada capacidad del planeta para sostener la vida en el futuro.

- Nuestra limitada capacidad para sostener el desarrollo económico y social a largo plazo.

✎ Principio 9: las empresas deberían promover el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

El término de tecnologías «ambientalmente saludables» hacen referencia a aquellas que protegen el medio ambiente, contaminan menos, utilizan los recursos de una forma sostenible, reciclan más sus vertidos y productos, y manejan los residuos de una manera más aceptable que las tecnologías a las cuales sustituyen.

Las tecnologías que son medioambientalmente excepcionales permiten reducir el uso de recursos finitos así como utilizar los recursos existentes de forma más eficiente. Por ejemplo, las mejoras en las baterías y pilas han producido una considerable reducción en el empleo de metales pesados tóxicos, al tiempo que han producido beneficios sustanciales para el consumidor.

La amplia definición incluye los medios de alta tecnología y control, pero también favorece de forma explícita un enfoque preventivo progresivo, como la prevención de la contaminación y las tecnologías de producción más limpia. Este principio se orienta, por lo tanto, hacia una tecnología más limpia cuya función sea facilitar un beneficio o servicio humano, en lugar de centrarse sólo en los productos per se.

En el sitio de la fábrica básico o nivel de unidad, la mejora de la tecnología se puede lograr mediante:

- Cambiar el proceso o técnica de fabricación
- Cambiar de los materiales de entrada
- Cambiar el diseño o componentes de productos
- Reutilización de materiales en el sitio.

Entre los enfoques a nivel estratégico para mejorar la tecnología se podrían incluir:

- El establecimiento de una política de la empresa individual o corporativa sobre el uso de tecnologías ambientalmente racionales
- El suministro de información a las partes interesadas que ilustra el comportamiento ambiental y los beneficios de la utilización de dichas tecnologías
- La reorientación de la investigación y el desarrollo hacia un “diseño para la sostenibilidad”
- El uso de la evaluación del ciclo de vida (ACV) en el desarrollo de nuevas tecnologías y productos
- El examen de los criterios de inversión y la política de fuentes de proveedores y contratistas para asegurar que sus ofertas se estipula criterios ambientales mínimos
- La cooperación con socios de la industria para asegurar que la ‘mejor tecnología disponible’ está disponible para otras organizaciones

Lucha contra la corrupción

 Principio 10: Las empresas deberían trabajar contra la corrupción en todas sus formas, como la extorsión y el soborno.

Las empresas y las industrias deben aumentar la auto-regulación, orientados por códigos apropiados, reglamentos e iniciativas integradas en todos los elementos de planificación y toma de decisiones, y fomentando la apertura y el diálogo con los empleados/as y el público.

La corrupción puede adoptar muchas formas, desde un pequeño tráfico de influencia hasta el soborno más institucionalizado. La definición de corrupción que da Transparencia Internacional (IT) es “el abuso del poder encomendado para el beneficio propio”. Esto puede significar no solamente beneficios financieros sino también otro tipo de ventajas.

Además, esta definición se aplica tanto al sector público como al privado. Naciones Unidas ha definido corrupción como el abuso de poder para obtener ganancias privadas.

Con la entrada en vigor de la Convención de la ONU contra la Corrupción (UNCAC) en 2005, se introdujo una importante herramienta global para luchar contra la corrupción. La Convención contra la Corrupción es el instrumento legal subyacente para el 10º Principio. La corrupción puede tomar muchas formas que varían en grado, del uso menor de la influencia de la corrupción institucionalizada. La definición de Transparencia Internacional de la corrupción es «el abuso del poder para beneficio propio». Esto puede significar no sólo el beneficio económico sino también ventajas no financieras.

Las Directrices de la OCDE para las empresas multinacionales definen la extorsión de la siguiente manera: «La solicitud de sobornos es el acto de pedir o tentar a otro a cometer soborno. Se convierte en extorsión cuando esta exigencia está acompañada por las amenazas que ponen en peligro la integridad personal o la vida de los actores privados involucrados. Los Principios de Transparencia Internacional definen al soborno como: ofrecimiento o aceptación de cualquier regalo, préstamo, honorario, recompensa u otra ventaja desde o hacia cualquier persona como incentivo para hacer algo que es deshonesto, ilegal o un abuso de confianza, en el ejercicio de la actividad de la empresa».

Implementación de un plan de Responsabilidad Social Empresarial

Una segunda opción que tienen las sociedades laborales es la implementación de un plan de Responsabilidad Social en su empresa. Esto es más fácil cuando se trata de unidades productivas con personal asalariado que alcanzan una cierta dimensión. Sin embargo, puede ser conveniente avanzar en este sentido para cualquier empresa, aunque sean microempresas, pues el impacto en la sociedad y el medio ambiente de su actividad existe incluso aunque no tenga personal asalariado.

Un Plan de Responsabilidad Social es un documento que recoge el marco y las acciones a llevar a cabo por una empresa dentro del ámbito de la responsabilidad social empresarial. Es decir, el Plan de Responsabilidad Social define tanto la gestión como las acciones, compromisos y objetivos que una empresa se marca para demostrar frente al conjunto de la sociedad su

involucración en cuestiones y causas sociales y medioambientales, para ayudar a mejorar situaciones concretas dentro de esos ámbitos y reinvertir en la sociedad parte de los beneficios económicos obtenidos.

Además, el Plan de Responsabilidad Social también debe contar con las herramientas de evaluación necesarias para medir el impacto y los resultados de las acciones y de las medidas llevadas cabo.

Es a través de este Plan cómo se integran en la operativa estratégica de la empresa, es decir en sus operaciones y relaciones, las preocupaciones sociales y medioambientales de sus stakeholders o grupos de interés y el compromiso adquirido con ellos en dichos ámbitos.

Aparte de establecer unas líneas maestras que se deben seguir para lograr que una empresa cumpla con su compromiso con la sociedad y el medioambiente, contar con Plan RS conlleva una serie de beneficios, como por ejemplo:

- ❖ Los empleados/as motivados/as se sienten identificados con los valores de la empresa, lo que suele traducirse en una mayor implicación por su parte en la compañía, una mejora del ambiente laboral y en un aumento de la productividad.
- ❖ Una empresa socialmente responsable cuenta con una ventaja adicional para atraer y retener el talento, lo que suele traducir en una menor rotación de empleados/as.
- ❖ Ayuda con el cumplimiento normativo en diferentes ámbitos, como las leyes medioambientales, las de igualdad de trato y oportunidades o las de prevención de riesgos laborales.
- ❖ Mejora la imagen corporativa de la empresa en el mercado y en la sociedad, lo que atrae a clientes y ayuda a fidelizarlos.
- ❖ Contribuye a reducir el impacto de la empresa y de sus acciones sobre el medioambiente, lo que a largo plazo, además, suele traducirse en una reducción de ciertos gastos.

En este marco global, se observa que existe una creciente conciencia entre las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) sobre la responsabilidad social. De hecho, la existencia de una actuación en este campo es cada vez más necesaria, no solo por la tendencia que existe a nivel global, sino porque cada vez hay más grandes empresas que ya la exigen a sus proveedores como parte de los requisitos para comprar sus productos o servicios.

Para poder ejecutar plenamente el proceso de implementación de la RS en las sociedades laborales, básicamente PyMEs, las empresas deben seguir un proceso de integración de las preocupaciones sociales, ambientales, éticas, de los derechos humanos de los grupos de interés, en sus operaciones comerciales y su estrategia central. Esto debe hacerlo la empresa para alcanzar los siguientes objetivos:

- ❖ Maximizar la creación de valor compartido para los propietarios/accionistas de la empresa y para las otras partes interesadas y, asimismo, para la sociedad en general.
- ❖ Identificar, prevenir y mitigar los posibles impactos adversos que pueda ocasionar su actividad económica en su entorno social o medioambiental.

Es importante señalar que dirigir un negocio de manera socialmente responsable permite eventualmente aumentar la ventaja competitiva como consecuencia de:

- ❖ Reducir el uso de materiales, de energía y de agua
- ❖ Motivar y capacitar a los empleados y empleadas
- ❖ Mejorar la eficiencia operativa
- ❖ Mejorar las relaciones con personas que son importantes para el negocio
- ❖ Mejorar la reputación de la empresa a todos los niveles

Ahora bien, no existe una fórmula única para proceder a implementar la Responsabilidad Social en las sociedades laborales, básicamente PyMEs. No hay algo que esté asegurado que funcione para todos los negocios, sea cual sea su actividad y su dimensión, porque cada empresa es diferente.

Todas y cada una de las sociedades laborales deben abordar los desafíos a los que se enfrentan de acuerdo con su cultura empresarial y sus circunstancias particulares.

La sociedad actual y las partes interesadas requieren más transparencia, más información de las empresas, por lo que también las PyMEs deben comenzar a hacer algo que quizás no hayan hecho antes, es decir que deben comenzar a usar algunas herramientas nuevas, así como algunos indicadores de rendimiento nuevos.

Implementar la Responsabilidad Social (RS) en las sociedades laborales, básicamente PyMEs, permite ahorrar dinero, y puede ser un modelo de negocios exitoso.

Se puede considerar que existen ciertas habilidades que son necesarias para implementar la de Responsabilidad Social (RS) en las sociedades laborales y más en concreto en las que son PyMEs⁵. Dichas habilidades son:

1. Creatividad

La creatividad es necesaria para explicar y ajustar los conceptos, métodos y lenguajes de la RS para cada sociedad laboral, aunque sea PyME, ya sea pequeña o mediana.

2. Aprendizaje

Es preciso reconocer la RS como un concepto fluido y estar atento a las nuevas oportunidades que se presentan, como pueden ser las posibilidades creadas por el aumento de la importancia de los problemas de derechos humanos en la agenda empresarial.

3. Escucha activa

Ser capaz de escuchar y comprender los desafíos, necesidades e intereses únicos que tiene cada sociedad laboral en concreto en la actualidad.

⁵ LAZOVSKA, D. (2019): “28 pasos para implementar la RSE en PYMEs” Exponews, 11 de julio de 2019.

4. *Crear redes*

Facilitar y diseñar redes cooperativas y colaborativas orientadas a objetivos o usar redes existentes, organizar un modelo de financiamiento sostenible, facilitar oportunidades de aprendizaje para el personal y apoyar la cooperación entre competidores potenciales y partes interesadas

5. *Identificación y comunicación de los beneficios*

Esta habilidad es necesaria para identificar y recopilar datos que transmitan una imagen de la empresa más amplia. Hay que empezar por identificar oportunidades que el contexto actual presenta para las sociedades laborales, aunque sean PyMEs, y realizar un análisis de costo-beneficio para actividades de Responsabilidad Social (RS), resaltando el lado comercial de la ecuación y dejando en claro cómo encaja la RS en el modelo de negocio en general de la empresa.

6. *Mantenerse práctico*

Es muy importante ser capaz de desarrollar consejos que permitan:

- ❖ Adaptarse a las necesidades de los clientes
- ❖ Ser prácticos
- ❖ Generar valor empresarial, así como valores sociales y ambientales positivos que se puedan integrar fácilmente en las actividades diarias de la empresa
- ❖ Ofrecer soluciones ante los problemas que se presenten

7. *Adaptabilidad*

Es clave para las sociedades laborales entender cómo enfrentarse a situaciones complejas y dilemas éticos, y cómo manejar las compensaciones entre los beneficios empresariales y la responsabilidad social de la empresa.

8. Ser embajador

El personal asesor que va a implementar la Responsabilidad Social (RS) en sociedades laborales tiene que apoyar iniciativas que recompensen el buen comportamiento (por ejemplo, la contratación pública, la sensibilización de los consumidores) y comunicar los beneficios de la Responsabilidad Social (RS) a nivel local o regional, por ejemplo, trabajando con figuras públicas para iniciar subvenciones u otros tipos de participación cívica para ayudar a las sociedades laborales a comprometerse con la responsabilidad social.

9. Generar motivación

Es importante ser capaces de motivar al propio personal de la empresa mediante acciones tales como:

- ❖ Aprovechar los conjuntos de habilidades particulares que tienen los empleados y empleadas.
- ❖ Ser concreto y directo al hablar de RS, por ejemplo, compartiendo informes de sostenibilidad o dando ejemplos con casos de estudios.
- ❖ Desarrollar técnicas de contar historias, que incluso haciendo referencia a valores sociales puede ser efectiva.

Aparte de estos aspectos señalados, también es importante:

- ❖ Ofrecer ejemplos de emprendedores sociales y de cómo viven sus valores personales en los negocios.
- ❖ Mostrar cómo implementar la Responsabilidad Social en sociedades laborales, sobre todo PyMEs puede ayudar a enfrentarse a los desafíos actuales y al mismo tiempo contribuir a crear una empresa preparada para el futuro.
- ❖ Demostrar cómo la participación en la Responsabilidad Social puede ayudar a lograr un cambio positivo en el mundo.
- ❖ Lograr un equilibrio entre hacer hincapié en la necesidad de cumplir con la responsabilidad social y resaltar los beneficios empresariales.

- ❖ Ser sensible a las diferentes dimensiones motivacionales de las sociedades laborales, sobre todo de las PyMEs, y adaptar cada enfoque en consecuencia.

Tal como se ha señalado, las estrategias de Responsabilidad Social (RS) pueden adoptar tantas formas diferentes como empresas existen, pues cada caso es único.

Los pasos que se describen a continuación como genéricos se pueden adaptar y ampliar para adaptarse a las circunstancias específicas de cada sociedad laboral determinada. Dichos pasos son:

1. Sensibilizar sobre las formas en que la empresa ya cumple con su responsabilidad social.
2. Identificar acciones pequeñas en áreas como recursos humanos, cadena de suministro, comunidad o entorno que puedan conducir a “ganancias rápidas” y fomentar la motivación y el compromiso de los empleados y empleadas.
3. Alinear las medidas de RS con los objetivos y competencias centrales de la empresa: incorporarlas en todas las áreas de operaciones comerciales, insertarlas en la cultura empresarial y utilizar la estrategia de RS para aumentar la ventaja competitiva en la actividad productiva de cada empresa.
4. Establecer objetivos más ambiciosos, como adoptar un enfoque de ciclo de vida del producto, lo que comprende las cinco etapas del mismo: desarrollo, introducción, crecimiento, madurez y declive.

La decisión sobre el enfoque correcto depende de varios factores distintos, como la motivación, el impulso externo, las oportunidades de mercado, etc. Otro factor complementario es el nivel actual de implementación de la Responsabilidad Social en la empresa.

Una característica importante de las PyMEs es su práctica intuitiva e informal de la Responsabilidad Social (RS). Ahora bien, la implementación de la Responsabilidad Social en PyMEs puede ayudar a centrarse en ciertos procedimientos y prácticas, lo que a menudo conduce a beneficios imprevistos.

Por ejemplo, poner por escrito las políticas, visiones y casos de negocios facilita una mejor comunicación dentro de la sociedad laboral, así como con los clientes y las partes interesadas al aumentar la confianza.

Para avanzar en el proceso de implementación se pueden hacer lo siguiente:

1. Crear un equipo interno de Responsabilidad Social (RS) multifuncional que ayude a anclar la RS a largo plazo. Es muy importante tener en cuenta la diversidad de la fuerza laboral al equilibrar el género, la edad y otros factores posibles de discriminación.
2. Muchas de las sociedad laborales ya están tomando algunas medidas para cumplir con su responsabilidad social, sin embargo, a menudo lo hacen sin tener de forma consciente una estrategia global de RS.

La utilización de herramientas de autoevaluación de la Responsabilidad Social (RS) para las PyMEs aumenta la conciencia interna de los logros alcanzados y proporciona información valiosa para desarrollar el enfoque adecuado dirigido a ampliar el compromiso de la RS.

3. La comparación del nivel de actividad de Responsabilidad Social (RS) con los competidores puede ser útil.

El examen de las normas y regulaciones actuales y futuras, de las expectativas y desarrollos del sector productivo en el que opera cada empresa, así como las pautas internacionales de Responsabilidad Social (RS) pueden ayudar a poner el desempeño propio de la RS en perspectiva.

Estas estrategias también facilitan la identificación de puntos de vista distintivos y áreas prioritarias.

4. La construcción del caso de negocios implica la formulación y documentación de los argumentos o razones de la participación de una empresa en la Responsabilidad Social (RS).

Para las sociedades laborales que son PyMEs puede ser útil crear un caso de negocios holístico que no solo considere los beneficios de la empresa sino que también tenga en cuenta las diversas dimensiones motivacionales.

5. Preguntar sobre los valores personales y la historia o misión de una sociedad laboral una buena manera de desarrollar una visión de la empresa que resalte los ideales más importantes para los propietarios/as, gerentes y empleados/as.

A su vez, disponer de esta visión empresarial ayuda a identificar prioridades y objetivos a largo plazo.

6. La identificación y comprensión de las partes interesadas más importantes para una sociedad laboral, sobre todo cuando es una PyME, es valiosa, ya que pueden ofrecer información importante sobre temas prioritarios, expectativas, desarrollos futuros, etc., a la vez que sirven como panel de resonancia para los enfoques de Responsabilidad Social (RS) ya desarrollados por la empresa.

7. Es clave identificar las áreas prioritarias, establecer metas y hacer planes de acción para así alinear los objetivos y competencias centrales y para ayudar a administrar los recursos.

Al establecer la empresa sus objetivos, es importante que se enfoque tanto en objetivos a corto como a largo plazo.

A veces, los beneficios solo se vuelven claros con el tiempo, por lo que siempre es una buena idea ofrecer un período previsto para alcanzar los objetivos definidos.

8. El personal asesor puede ayudar a las sociedades laborales a implementar la Responsabilidad Social al proporcionar herramientas tales como formatos, listas de proveedores relevantes o qué hacer y qué no al responder preguntas importantes.

9. La comunicación de las actividades de Responsabilidad Social (RS) puede mostrar la voluntad de las sociedades laborales de ser responsables y ayudarlas a obtener los beneficios de participar en la RS.

10. Medir y evaluar el progreso incluye establecer un sistema de planificación y control que permita tener una idea clara de los logros alcanzados y de los retos pendientes para cada empresa.

Sin duda, hoy en día, los problemas sociales y ambientales son cada vez más importantes en las cadenas de valor tanto locales como globales de las empresas.

Como consecuencia, cada vez más sociedades laborales se enfrentan a las expectativas de sus compradores para demostrar que respetan las normas destinadas a hacer frente a los problemas sociales y ambientales, por un lado, y por otro, para garantizar que se cumplan las normas sociales y ambientales dentro de su propia cadena de suministro.

Al mismo tiempo, es cada vez más importante que las sociedades laborales se comprometan en actividades que les permitan ser más competitivas y aumentar sus niveles de innovación.

1. Como proveedores, las sociedades laborales se enfrentan a la opción de ser proactivas o simplemente implementar los requisitos mínimos para cumplir con la demanda del comprador.

Tomar la iniciativa para aumentar la actividad de Responsabilidad Social (RS) puede ayudar a las sociedades laborales y, en general a las empresas, a cumplir con los requisitos de múltiples compradores, evitando así costos de cumplimiento adicionales para cada nuevo comprador.

2. Al participar en un diálogo abierto y constructivo con los proveedores, las sociedades laborales pueden garantizar que los riesgos en áreas como las normas laborales o ambientales se abordan de manera clara.
3. Al crear una cadena de valor sostenible, la colaboración entre actores puede ser extremadamente útil.

La ISO 26000 alienta a las grandes empresas a apoyar a las pequeñas y medianas organizaciones para que cumplan objetivos socialmente responsables.

4. Las sociedades laborales, aunque sean PyMEs, deben poder comunicar su compromiso de Responsabilidad Social (RS) a los compradores para crear una ventaja competitiva.

El proyecto Transparencia en España, apoyado por el gobierno catalán y el Global Reporting Initiative (GRI), se une a empresas multinacionales para ayudar a las PyMEs (generalmente sus proveedores) en el camino desde el desarrollo de una estrategia de Responsabilidad Social (RS) hasta la publicación de su primer informe de RS.

5. La gestión sostenible de la cadena de suministro ofrece ideas sobre cómo resolver posibles problemas de confiabilidad, cómo aumentar la eficiencia de los recursos a lo largo de la cadena de suministro, o cómo desarrollar productos sostenibles e innovaciones de procesos.

Las sociedades laborales que deseen elaborar un plan de Responsabilidad Social (RS) deben tener en cuenta que éste generalmente incluye varios elementos clave que guían las acciones de una empresa hacia la sostenibilidad y la responsabilidad social. Algunos de estos elementos son:

- ❖ Diagnóstico de la situación actual: Antes de implementar un plan de Responsabilidad Social (RS), es necesario y fundamental realizar un análisis exhaustivo de la situación actual de la empresa en términos de prácticas sociales, ambientales y económicas.
- ❖ Objetivos y metas: Es necesario establecer metas claras y medibles que la empresa busca lograr a través de su compromiso con la Responsabilidad Social (RS).
- ❖ Acciones concretas: Hay que identificar las acciones específicas que la empresa llevará a cabo para abordar áreas clave de la Responsabilidad Social (RS), como la reducción de emisiones de carbono, la promoción de la diversidad y la inclusión, o el apoyo a la comunidad local.
- ❖ Indicadores de desempeño: Es preciso definir métricas y los indicadores claves de rendimiento (KPIs) que permitan monitorear y evaluar el progreso hacia los objetivos de

Responsabilidad Social (RS) planteados por la sociedad laboral.

- ❖ **Asignación de recursos:** Hay que determinar los recursos financieros, humanos y tecnológicos necesarios para implementar el plan de Responsabilidad Social (RS) de manera efectiva.
- ❖ **Comunicación y transparencia:** Es preciso establecer una estrategia para comunicar las acciones de Responsabilidad Social (RS) de la empresa tanto interna como externamente, y garantizar la transparencia en la divulgación de información relacionada con la RS.
- ❖ **Evaluación y mejora continua:** Por último, hay que establecer procesos para evaluar de forma periódica el impacto de las iniciativas de Responsabilidad Social (RS) y realizar ajustes según sea necesario para mejorar el desempeño de la empresa.

Todos estos elementos forman la base de un plan integral de Responsabilidad Social (RS) que puede ayudar a una sociedad laboral a alinear sus operaciones con prácticas sostenibles y socialmente responsables.

Elaboración de una memoria de Responsabilidad Social

Un paso más en el compromiso con la Responsabilidad Social es la elaboración de una memoria de Responsabilidad Social (RSE). Se trata de un documento que contiene información sobre el desempeño ambiental, económico, social y de gobierno de una empresa en general y en concreto de una sociedad laboral. Es decir, sobre las bases que constituyen su responsabilidad social.

Por tanto, la memoria de responsabilidad social es un documento que funciona a modo de informe de responsabilidad social, ya que en ella se recoge toda la información relacionada con las prácticas y estrategias de una empresa realizadas en el ámbito social, ambiental y de gobernanza (criterios ESG, por sus siglas en inglés).

Las memorias de responsabilidad abordan los impactos económicos, sociales y medioambientales que genera una organización mediante su actividad, en este caso una

sociedad laboral, reflejando la estrategia de sostenibilidad de la empresa y, por tanto, son herramientas de gestión clave. También sirve como un medio para mostrar a la sociedad de manera transparente su política de responsabilidad social.

Una memoria de sostenibilidad implica hacer visible y públicos los esfuerzos y recursos que la empresa emplea en responsabilidad social. Comunicar la política de responsabilidad social de una organización en una memoria de sostenibilidad supone obtener ventajas como poner en valor la brújula responsable de toma de decisiones diaria de una compañía.

Contar con una memoria de responsabilidad social o de sostenibilidad, suele ser una de las consecuencias que resulta de contar con otras herramientas de responsabilidad social tales como un plan o un sistema de gestión de responsabilidad social. Sin embargo, en ocasiones, se puede elaborar de forma previa a esas otras herramientas como diagnóstico de situación de la variable de responsabilidad social corporativa. Esta es, por ejemplo, una posibilidad para las sociedades laborales.

En España, desde 2018, están obligadas a elaborar memorias de sostenibilidad las empresas que tengan un tamaño superior a 500 empleados, o que durante sus últimos dos ejercicios fiscales hayan contado con una plantilla media de 250 empleados, tal como consta en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre que transpone la Directiva 2014/95/UE, NFRD.

La normativa también establece esta obligación para las compañías cuyo total activo consolidado anualmente sea superior a 20 millones de euros, así como para aquellas otras cuya cifra anual de negocios sea superior a los 40 millones de euros.

Ahora bien, en enero de 2023 entró en vigor la Directiva (UE) 2022/2664 (CSRD), que modifica a la directiva NFRD, aumentando la transparencia y la comparabilidad en aspectos ESG, es decir en los ámbitos social, ambiental y de gobernanza. Esta directiva obliga también a reportar información no financiera, desde el 1 de enero de 2025, además de a las grandes empresas de más de 500 empleados, a grandes empresas con más de 250 empleados o 40 millones de euros de facturación o 20 millones de euros de activos totales. Esa misma obligación se impone desde el 1 de enero de 2026 a entidades de crédito pequeñas y no complejas, aseguradoras cautivas y pymes cotizadas con opción de exclusión voluntaria hasta 2028.

Las memorias de responsabilidad social sirven para facilitar la obtención de datos e información de la actuación de una empresa, en este caso de una sociedad laboral, lo que es un factor esencial para cualquier actividad organizacional. A esto hay que añadir las siguientes razones a favor de la elaboración de memorias de sostenibilidad:

- ❖ Mejora de la imagen de la empresa y su reputación en el sector y en el mercado.
- ❖ Permite identificar riesgos empresariales tanto intramuros como en las cadenas de suministro de una organización.
- ❖ Fortalece las relaciones con las partes interesadas.
- ❖ Genera una diferenciación y un posicionamiento ante inversionistas y compradores responsables.

Una memoria de responsabilidad social exige, por tanto, la investigación y análisis del contexto de sostenibilidad de cada empresa y de su sector económico. Todo ello, porque entre los retos de la responsabilidad social de cualquier empresa reside un último reto que engloba al resto que es el de contribuir al desarrollo sostenible.

El uso de la metodología Global Reporting Initiative G4 (GRI) y sus protocolos de indicadores son de gran ayuda para realizar una memoria de responsabilidad y sostenibilidad útil y de calidad. Sin embargo, hay opiniones a favor y en contra de la estandarización de la información sobre sostenibilidad. Por este motivo, incluso, entre las personas que consideran que la confección y el diseño de una memoria de sostenibilidad es positiva, existen algunas que creen que no es necesario realizarla bajo unos estándares determinados, como los que establece el GRI.

El objetivo del análisis de la materialidad es identificar los aspectos relevantes en materia de sostenibilidad que la empresa debe gestionar para ser sostenible a largo plazo, tales como:

1. Identificación de los aspectos relevantes según la influencia e importancia en la toma de decisiones de las partes interesadas internas y externas (stakeholders).
 - ✗ Investigación de mercado, consultando memorias de sostenibilidad próximas
 - ✗ Elaboración de encuestas, reuniones y otras herramientas de consulta para los diferentes grupos de interés

2. Priorización de los temas a incorporar a la estrategia de sostenibilidad.

- ✖ Análisis de los temas en base a la importancia de sus impactos económicos, sociales y ambientales, e influencia en la toma de decisiones de los grupos de interés
- ✖ Uso de la Matriz de Materialidad para realizar este análisis
- ✖ Selección de entre 5-10 temas considerados como los más relevantes

3. Validación de los aspectos

- ✖ Determinación de contenidos concretos a incluir en la memoria de sostenibilidad teniendo en cuenta el alcance, cobertura y intervalo temporal

4. Evaluación de los indicadores

- ✖ Determinar los indicadores económicos, sociales y ambientales relevantes
- ✖ Analizar los resultados con el fin de identificar áreas susceptibles de mejora
- ✖ Identificar los campos en los que no se satisfacen las expectativas de los grupos de interés y establecer los objetivos de desempeño

La verificación externa de la memoria GRI tiene como finalidad demostrar calidad y confianza a los diferentes grupos de interés. Esta verificación externa puede ir dirigida para:

1. Ayuda en la tramitación de la solicitud de certificación
2. Asistencia durante la auditoría externa
3. Soporte en las correcciones de desviación detectadas durante la auditoría

En la definición del contenido de la memoria y su comunicación posterior deben participar los grupos de interés identificados, describiendo en la memoria como se han respondido a sus expectativas e intereses razonables. Los grupos de interés son trabajadores/as, accionistas, proveedores, grupos vulnerables dentro de las comunidades sociales, Sociedad Civil, etc.

La memoria de responsabilidad debe basarse en los siguientes principios: Equilibrada, comparable, precisa, periódica, clara y fiable.

En este contexto, se pueden destacar los siguientes contenidos que debería incluir la memoria de sostenibilidad GRI:

- ❖ Alcance y cobertura de la memoria de sostenibilidad: se debe recoger qué estándar se ha utilizado para elaborar la misma, por ejemplo, el GRI Standards: Opción Exhaustiva. Por su parte, en lo relativo a la materialidad en el contexto del informe, se han analizado tanto factores externos como internos, como son la misión y estrategia y valores de la empresa, los aspectos más relevantes de los grupos de interés y las expectativas básicas contenidas en los acuerdos y normas internacionales a los que la organización está suscrita.
- ❖ Perfil de la organización. Debe incluir todos aquellos aspectos que permitan conocer el tipo de empresa que es, mediante la propiedad y su forma jurídica, la misión y los valores profesionales, la forma de gobernanza, las instalaciones, los compromisos con iniciativas externas, estrategia y análisis (de acuerdo con la estrategia) y descripción de los principales impactos (económicos, ambientales y sociales), los riesgos y oportunidades más importantes para la organización que se deriven de las tendencias en la sostenibilidad.
- ❖ Participación de los Grupos de Interés en los procesos de compromiso y comunicación durante el periodo que cubre la memoria. Dicha información no se debe limitar a la inclusión de grupos de interés para la elaboración de la memoria.
- ❖ Impacto de las tendencias, riesgos y oportunidades de sostenibilidad, incluyendo la priorización de los principales aspectos de responsabilidad, como son los riesgos y oportunidades según su importancia para la estrategia de la organización. Debe incluir los objetivos y una descripción de los mecanismos de gobierno, implantados para gestionar los riesgos y oportunidades vinculados con los riesgos y oportunidades detectados.

- ❖ Resultados obtenidos y análisis de la gestión, utilizando para ello indicadores de comportamiento de la organización de los ámbitos económico, ambiental y social (incluidos aspectos laborales, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre productos).

Además de sus beneficios, las empresas puede que se tengan que enfrentar a diferentes desafíos al realizar la memoria GRI:

- ❖ Complejidad y Recursos: El proceso de reporte puede ser complejo y requerir recursos significativos, especialmente para aquellas empresas que son nuevas en la responsabilidad y sostenibilidad. Hay que evitar que este coste sea desincentivador del esfuerzo de la empresa en torno a la responsabilidad social.
- ❖ Cambio Cultural: Adoptar los Estándares GRI e la empresa puede requerir un cambio cultural dentro de la organización empresarial, con un enfoque más amplio en la sostenibilidad que puede ser difícil de integrar inicialmente.
- ❖ Actualización Constante: Los Estándares GRI se actualizan periódicamente para reflejar las mejores prácticas y tendencias emergentes, lo que requiere que las empresas se mantengan al día y adapten sus propios procesos de reporte.

Obtener una certificación en Responsabilidad Social Empresarial

Un paso de mayor compromiso de una sociedad laboral con la responsabilidad social consiste en la obtención de un certificado relacionado con la misma. Esto puede ser el último escalón en el proceso de las sociedades laborales de incorporación de estas preocupaciones en el funcionamiento cotidiano de la empresa.

Obtener un certificado de Responsabilidad Social consiste en la obtención de un reconocimiento externo otorgado por una entidad independiente y acreditada que avala, a través de una auditoría, el diseño, desarrollo e implantación de un sistema de gestión o la aplicación de un código de responsabilidad social, no sólo en la propia organización, sino también, en toda la cadena de suministro.

Para alcanzar dicha acreditación hoy en día existen básicamente tres modelos de gestión de la Responsabilidad Social (RS):

- ❖ Modelo SA 8000: es el tipo de certificación más emitido y se centra sobre todo en ciertas actitudes relacionadas con las condiciones laborales de la empresa como seguridad e higiene, trabajo infantil y forzado, derechos sindicales, horario laboral y remuneración.
- ❖ Modelo SGE21: es la primera norma europea que permite implantar, auditar y certificar un sistema de gestión ética y socialmente responsable. Es una herramienta para la integración de los aspectos ambientales, sociales y de buen gobierno en la gestión de empresas y organizaciones de todo tipo.
- ❖ Modelo IQNet SR10: solo establece requisitos en cuestiones relacionadas con el cumplimiento de obligaciones legales que se apliquen a una entidad, de los requisitos del sistema que contienen este estándar y del cumplimiento de los objetivos establecidos por la empresa.

A continuación se presenta una breve descripción de cada uno de estos modelos.

Modelo SA 8000

La certificación SA 8000 mejora la reputación de una organización al mostrar su compromiso con las prácticas éticas y la conducta empresarial responsable. Esto puede servir de elemento de atracción de nuevos clientes, socios e inversores socialmente conscientes.

La norma mide el desempeño social en distintos aspectos importantes para la responsabilidad social en los lugares de trabajo, en base a un elemento de sistema de gestión que impulsa la mejora continua en todos los aspectos de la norma. Esta norma es apreciada por las marcas y líderes sectoriales por su enfoque riguroso para asegurar la más alta calidad de cumplimiento social en sus cadenas de suministro, sin sacrificar por ello los intereses comerciales.

El objetivo de la SA8000 es ofrecer una norma, basada en los instrumentos internacionales de derechos humanos y las leyes laborales nacionales, que proteja y faculte a todo el personal bajo el control e influencia de una empresa –el cual produce productos o provee servicios para esa empresa- incluyendo el personal contratado por la propia empresa así como por sus proveedores/subcontratistas, subproveedores y trabajadores/as desde el hogar. La norma SA 8000 es verificable a través de un proceso basado en la evidencia.

Sus requisitos se pueden aplicar universalmente, independientemente de cual sea el tamaño de una empresa, forma jurídica, situación geográfica o sector industrial.

Cumplir con los requisitos de responsabilidad social que establece esta norma permitirá a la empresa, en este caso una sociedad laboral:

- a) Desarrollar, mantener e implementar políticas y procedimientos con el objeto de gestionar aquellos temas que puede controlar o en los que puede influenciar.
- b) Demostrar fehacientemente a las distintas partes interesadas que existen políticas, procedimientos y prácticas de la organización, de acuerdo a los requisitos de esta norma.

En este marco general, la sociedad laboral debe cumplir con la legislación nacional y cualquier otra ley aplicable, con las normas que prevalecen en el sector, con otros requisitos suscritos por la organización y con esta Norma Internacional. En los casos en que la legislación nacional, cualquier otra ley aplicable, las normas vigentes en el sector, otros requisitos suscritos por la organización y esta norma tratan sobre el mismo asunto, deben aplicarse las disposiciones más favorables a los trabajadores y trabajadoras. Así, la empresa también debe respetar los principios establecidos en los siguientes instrumentos internacionales:

- ❖ Convenio 1 de la OIT sobre las horas de trabajo (industria) y Recomendación 116 (reducción de la duración del trabajo)
- ❖ Convenios 29 (trabajo forzoso) y 105 (abolición del trabajo forzoso) de la OIT
- ❖ Convenio 87 de la OIT (libertad sindical y protección del derecho de sindicación)
- ❖ Convenio 98 de la OIT (derecho de sindicación y de negociación colectiva)
- ❖ Convenios 100 (igualdad de remuneración) y 111 (discriminación en el empleo y la ocupación) de la OIT

- ❖ Convenio 102 de la OIT (seguridad social – norma mínima)
- ❖ Convenio 131 de la OIT (fijación de salarios mínimos)
- ❖ Convenio 135 de la OIT (representantes de los trabajadores)
- ❖ Convenio 138 y Recomendación 146 (edad mínima)
- ❖ Convenio 155 de la OIT y Recomendación 164 (seguridad y salud de los trabajadores)
- ❖ Convenio 159 de la OIT (readaptación profesional y el empleo en las personas inválidas)
- ❖ Convenio 169 de la OIT (pueblos indígenas y tribales)
- ❖ Convenio 177 de la OIT (trabajo a domicilio)
- ❖ Convenio 182 de la OIT (peores formas de trabajo infantil)
- ❖ Convenio 183 de la OIT (protección de la maternidad/)
- ❖ Repertorio de recomendaciones prácticas de la OIT sobre el VIH/SIDA y el mundo del trabajo
- ❖ Declaración Universal de los Derechos Humanos
- ❖ Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales
- ❖ Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos
- ❖ Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño
- ❖ Convención de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer
- ❖ Convención de las Naciones Unidas sobre Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Racial

Este modelo establece diferentes requisitos sobre aspectos vinculados con los recursos humanos tales como:

1. Trabajo infantil
2. Trabajo forzoso y obligatorio
3. Seguridad y salud
4. Derecho de sindicación y de negociación colectiva
5. Discriminación
6. Medidas disciplinarias
7. Horario de trabajo
8. Remuneración
9. Sistemas de gestión

Modelo SGE21

La norma SGE 21 establece nueve áreas gestión que corresponden a los principales grupos de interés y abordan los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno claves para la empresa u organización. Para cada una de estas áreas se establecen una serie de requisitos que deben ser cumplidos.

Gobierno de la organización

Es el área de gestión central de la norma, ya que implica la involucración de la alta dirección en el proceso de responsabilidad social y es clave para trasladar el mensaje y definir las directrices de la gestión responsable a todos los niveles organizativos de la empresa.

Los requisitos que solicita esta norma en esta área son:

- ✗ Elaborar una Política de Gestión Ética y darla a conocer
- ✗ Definir un Código de Conducta que sirva de guía en las decisiones corporativas
- ✗ Constituir un Comité de Responsabilidad Social que coordine la integración de la RSE en la organización
- ✗ Designar un responsable del sistema de gestión ética de la organización
- ✗ Establecer una metodología que permita identificar y gestionar los riesgos ambientales, sociales y de buen gobierno
- ✗ Definir un plan de Responsabilidad social, con objetivos e indicadores de avance
- ✗ Identificar los grupos de interés
- ✗ Elaborar una Política anticorrupción
- ✗ Realizar auditorías internas anuales
- ✗ Llevar a cabo anualmente un proceso de Revisión por la Dirección de los aspectos principales del sistema
- ✗ Divulgar la información no financiera a través de los canales disponibles y, en concreto, publicar una memoria de sostenibilidad/RSE

Personas que integran la organización

Uno de los principales valores de las organizaciones es su personal empleado. Es, por ello, que garantizar sus derechos, sus oportunidades, su capacidad de desarrollo profesional y personal y su bienestar, es esencial para el éxito de las organizaciones empresariales.

En esta área de gestión la SGE 21 establece los siguientes requisitos:

- ✖ Garantizar el cumplimiento de los derechos humanos
- ✖ Establecer políticas y procedimientos para asegurar la igualdad de oportunidades y la no discriminación entre su personal empleado
- ✖ Conocer los perfiles de diversidad existentes y establecer planes de acción para ellos
- ✖ Diseñar y mantener medidas que favorezcan la conciliación de la vida personal, familiar y laboral
- ✖ Informar a los empleados/as sobre el diseño y la estructura de la organización y sobre sus funciones, responsabilidades y líneas de reporte
- ✖ Evaluar de manera periódica el clima laboral y poner en marcha acciones para su mejora
- ✖ Garantizar la salud y el bienestar de las personas que trabajan para o en nombre de la organización
- ✖ Evaluar las necesidades de formación y favorecer la empleabilidad de los empleados y empleadas
- ✖ Considerar las necesidades, intereses y demandas del personal de la empresa en casos de reestructuración

Clientes

Los clientes, entendiéndolo como tal a todos compradores, consumidores o usuarios de los productos o servicios de una organización, son esenciales para la sostenibilidad de cualquier negocio. Por ello, es imprescindible considerar y dar una respuesta adecuada a sus necesidades e intereses.

En la relación con los clientes, la SGE 21 establece los siguientes requisitos para la empresa:

- ✖ Considerar criterios ambientales, sociales y de buen gobierno en el diseño y desarrollo de productos y servicios, fomentando la innovación responsable
- ✖ Garantizar la calidad en la actividad de la organización
- ✖ Trasladar de forma clara y honesta la información sobre los productos y servicios ofertados
- ✖ Facilitar el acceso a los productos y servicios
- ✖ Establecer unos principios responsables que guíen las acciones de publicidad y marketing de la organización
- ✖ Desarrollar acciones de sensibilización, que fomenten el uso y consumo responsable de productos y servicios

Proveedores

Tener unos proveedores alineados con la filosofía de gestión responsable es un factor fundamental para garantizar la coherencia de las acciones que decida emprender la empresa así como una producción y consumo sostenible.

La SGE 21 establece los siguientes requisitos en relación a los proveedores y la cadena de suministro:

- ✖ Definir unos criterios de compra responsable, que consideren aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno
- ✖ Establecer un sistema que permita evaluar y clasificar a los proveedores en función de su nivel de relevancia para el negocio o actividad
- ✖ Homologar a los proveedores en función de los criterios de compra y la evaluación realizada
- ✖ Fomentar la comunicación con los proveedores y su conocimiento de las prácticas responsables

Entorno social e impacto en la comunidad

Las organizaciones y empresas han de ser conscientes de su impacto y nivel de influencia en el entorno social en el que operan y tratar de contribuir de manera positiva, mucho en el caso de las sociedades laborales que forman parte de la economía social.

La relación de la organización con su entorno social se estructura en la SGE 21 a través de los siguientes requisitos:

- ✖ Identificar los impactos sociales positivos y negativos actuales y potenciales que la organización tiene sobre su entorno social
- ✖ Desarrollar acciones sociales y solidarias en la comunidad que, idealmente, favorezcan la participación de sus empleados y empleadas

Entorno ambiental

Todas las organizaciones, independientemente de cuál sea su forma jurídica, tamaño y actividad, tienen un impacto, ya sea positivo o negativo, sobre el entorno ambiental en el que operan. La gestión responsable implica favorecer la sostenibilidad ambiental.

En la SGE 21, se establecen los siguientes requisitos en la relación de la organización con el medio ambiente:

- ✖ Identificar y evaluar los aspectos e impactos ambientales de la organización, con el objetivo de gestionarlos y minimizarlos cuando tengan un efecto negativo
- ✖ Establecer unos objetivos y metas a nivel operativo que permitan monitorizar los aspectos e impactos identificados
- ✖ Elaborar un plan de riesgos ambientales, para prevenir y gestionar posibles emergencias vinculadas al medio ambiente
- ✖ Definir una estrategia de lucha contra el cambio climático

Inversores

Los inversores tienen un papel muy relevante en la financiación, operación, gestión y control de una empresa u organización, incluidas las sociedades laborales. La norma SGE 21 pretende, en este punto, fortalecer la gobernanza de la organización a través del cumplimiento de los siguientes requisitos:

- ✖ Establecimiento de un Código de Buen Gobierno o protocolo de relaciones con inversores, que contenga información relevante sobre la gestión de la organización.
- ✖ Hacer públicas y accesibles las cuentas anuales de la organización, mediante los mecanismos que cada una considere oportunos

Competencia

Una empresa u organización con una gestión responsable debe velar por un comportamiento íntegro y respetuoso con sus empresas competidoras, fomentando incluso la colaboración en pro de la sostenibilidad y la responsabilidad social del sector o mercado en el que se encuentra.

Con estos objetivos, la norma establece los siguientes requisitos en la relación con la competencia:

- ✖ Respetar a los competidores en lo que respecta a captura y difusión de información o derechos de propiedad, entre otros, empleando fórmulas de arbitraje en caso de existencia de conflictos
- ✖ Establecer alianzas y cooperación en el desarrollo de acciones de interés común e intercambio de experiencias, entre otros aspectos

Administraciones públicas

La principal responsabilidad de una organización o empresa es cumplir la legislación y normativa establecida desde los entes públicos. Se considera importante además mantener un entendimiento y comunicación con las administraciones públicas en lo que respecta al fomento de la sostenibilidad y la responsabilidad social (RS).

La norma SGE 21 establece los siguientes requisitos en la relación con las administraciones públicas:

- ✖ Dar seguimiento y cumplir con la legislación y la normativa aplicable para cada organización, actualizando los requerimientos periódicamente
- ✖ Ser transparentes en lo que respecta a la satisfacción de los impuestos
- ✖ Mantener canales de comunicación y diálogo abiertos con las Administraciones Públicas y cooperar con ellas

Las ventajas globales de este modelo son:

- ❖ Permite una mejor gestión de los riesgos
- ❖ Promueve una cultura responsable en la organización
- ❖ Facilita el acceso a nuevos clientes que incorporan en sus criterios de contratación aspectos ESG (tales como administraciones públicas o grandes corporaciones)
- ❖ Es fácilmente integrable con otros sistemas de gestión
- ❖ Facilita la obtención de información e indicadores de Responsabilidad Social
- ❖ Ayuda a demostrar a los grupos de interés el compromiso real de la organización con la gestión de la RSE, generando confianza
- ❖ Contribuye a la credibilidad y confianza de la organización gracias a los procesos de revisión y reconocimiento externo

Modelo IQNet SR10

IQNet SR10 es un estándar internacional relativo a sistemas de gestión de la Responsabilidad Social. Sustituye a la RS10, de origen español, y toma como referencia la norma ISO 26000, si bien, a diferencia de ésta, es certificable, pues establece requisitos de obligado cumplimiento.

Aunque se ha empleado la Norma ISO 26000 como base para establecer este estándar, su implementación y certificación no pueden emplearse por la organización para demostrar conformidad con la Norma ISO 26000.

Los objetivos que persigue IQNet SR10 son:

- ❖ Integrar los aspectos financieros y de buen gobierno con los sociales y ambientales, esto es, tener en cuenta la triple cuenta de resultados de la organización: económica, social y ambiental.
- ❖ Identificar, para gestionar después, las necesidades y expectativas de todos los grupos de interés de la empresa. Se trata de lograr la satisfacción de todas las partes interesadas.

Es una norma basada en la mejora continua, y por tanto, fácilmente integrable con otros sistemas de gestión, como, por ejemplo, ISO 9001 en calidad, ISO 14001 en medio ambiente, etc. Por otra parte, puede convivir cómodamente con otras certificaciones relacionadas con la Responsabilidad Social, como puede ser el Modelo EFR o Global Reporting Initiative (GRI).

Es un estándar internacional que le aporta valor añadido frente a otros estándares nacionales, como SGE21, y tiene en cuenta la posibilidad de que una empresa opere en distintos países, lo que cobra especial sentido cuando se habla de Responsabilidad Social. De hecho, la norma SR10 es aplicable a todo el CIF de la empresa, por lo que no puede limitarse el alcance a uno o varios países (al contrario de lo que ocurre con otras normas).

Se trata, en definitiva, de una norma que viene a cubrir las carencias de otros referenciales existentes en la materia, siguiendo un «esquema mental» ya conocido por muchas organizaciones (mejora continua, sistemas de gestión tipo «ISO», etc.). Es, por esto, que se considera como una de las mejores herramientas disponibles para abordar la gestión de la Responsabilidad Social.

Beneficios:

La aplicación de esta norma genera los siguientes beneficios para una empresa sea cual sea su fórmula jurídica:

- ❖ Gestión de la Responsabilidad Social de la organización con el mismo modelo utilizado en otros sistemas de gestión: ISO 9001, ISO 140001, ISO 50001, etc.

- ❖ Gestión de los aspectos relevantes de sostenibilidad (aspectos económicos, ambientales, sociales y de buen gobierno) y de las relaciones con los grupos de interés, permitiendo reducir riesgos e identificar oportunidades
- ❖ Incremento de la confianza y credibilidad mediante la demostración ante terceros del compromiso público y de mejora con la sociedad, el medio ambiente y los grupos de interés reconocido por un tercero independiente (por ejemplo, AENOR e IQNET)
- ❖ Diferenciación, mejora de la reputación, reconocimiento y difusión internacional a través de la red IQNET
- ❖ Facilita y favorece la elaboración de informes y reportes de sostenibilidad y responsabilidad social (GRI e IIRC)

ISO 26000

La última norma es la ISO 26000, que no sirve como norma para certificarse, pero que sirve como modelo de referencia para la gestión cotidiana de la responsabilidad social.

En su introducción esta Norma señala que a escala mundial, las organizaciones, y sus partes interesadas, son cada vez más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable. Recuerda que el objetivo de la responsabilidad social es contribuir al desarrollo sostenible.

El desempeño de una organización en relación con la sociedad en la que opera y con su impacto sobre el medio ambiente, se ha convertido en una parte crítica al medir su desempeño integral y su habilidad para continuar operando de manera eficaz. En parte, esto es reflejo del creciente reconocimiento de la necesidad de asegurar ecosistemas saludables, equidad social y una buena gobernanza de las organizaciones. En el largo plazo todas las actividades de las organizaciones dependen de la salud de los ecosistemas mundiales. Las organizaciones están sometidas a un escrutinio cada vez mayor por parte de sus diversas partes interesadas. Tanto la percepción que se tenga acerca del desempeño de una organización en materia de responsabilidad social, como su desempeño real pueden influir, entre otras cosas en:

- ✖ su ventaja competitiva
- ✖ su reputación
- ✖ su capacidad para atraer y retener a trabajadores o miembros de la organización, clientes o usuarios
- ✖ mantener la motivación, compromiso y productividad de los empleados
- ✖ la percepción de los inversionistas, propietarios, donantes, patrocinadores y la comunidad financiera y
- ✖ sus relaciones con empresas, gobiernos, medios de comunicación, proveedores, organizaciones pares, clientes y la comunidad donde opera

Esta Norma Internacional proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, el reconocimiento de la responsabilidad social y el involucramiento con las partes interesadas, las materias fundamentales y los asuntos que conforman la responsabilidad social y sobre las maneras de integrar un comportamiento socialmente responsable en la organización.

Esta Norma Internacional hace énfasis en la importancia de los resultados y mejoras en el desempeño de la responsabilidad social.

Asimismo, pretende ser de utilidad para todo tipo de organizaciones del sector privado, público y sin fines de lucro, con independencia de que sean grandes o pequeñas y estén operando en países desarrollados o en países en desarrollo.

Aunque no todas las partes de esta Norma Internacional se utilizarán de igual manera por todos los tipos de organizaciones, todas las materias fundamentales son pertinentes para todas las organizaciones. Todas las materias fundamentales comprenden varios asuntos y es responsabilidad individual de cada organización identificar qué asuntos resultan pertinentes e importantes para ser abordados por la organización, a través de sus propias consideraciones y del diálogo con las partes interesadas de la empresa.

Las organizaciones gubernamentales, como cualquier otra organización, podrían tener interés en utilizar esta Norma Internacional. Sin embargo, esta norma no pretende reemplazar, modificar o cambiar de ninguna forma las obligaciones del Estado.

Reconociendo que las organizaciones se encuentran en diferentes niveles al comprender e integrar la responsabilidad social, el propósito de esta Norma es que se utilice, tanto por aquellas que se inician en el proceso de adopción de la responsabilidad social, como por aquellas que cuentan con mayor experiencia en su implementación. Para los que se inician, puede ser útil leer y aplicar esta Norma Internacional como una guía elemental en responsabilidad social, mientras que las empresas más experimentadas podrían querer utilizarla para mejorar las prácticas existentes y para integrar aún más la responsabilidad social dentro de la organización.

Aunque proporciona orientación a los usuarios; pero no es adecuada ni pretende servir para propósitos de certificación. Cualquier oferta de certificación de la Norma ISO 26000, o petición para obtener una certificación conforme a la Norma ISO 26000, se consideraría una tergiversación del propósito e intención de esta Norma Internacional.

A continuación se recoge un cuadro con el contenido básico de la norma:

Título del capítulo	Número del capítulo	Descripción de los contenidos del capítulo
Objeto y campo de aplicación	Capítulo 1	Define el objeto y campo de aplicación de esta Norma Internacional e identifica ciertas limitaciones y exclusiones.
Términos y definiciones	Capítulo 2	Identifica y proporciona el significado de los términos clave que son de importancia fundamental para comprender la responsabilidad social y para el uso de esta Norma Internacional.
Comprender la responsabilidad social	Capítulo 3	Describe los factores importantes y las condiciones que han influido en el desarrollo de la responsabilidad social y que continúan afectando su naturaleza y práctica. Además, describe el propio concepto de responsabilidad social, lo que significa y cómo se aplica a las organizaciones. El capítulo incluye orientación para las pequeñas y medianas organizaciones sobre el uso de esta Norma Internacional.
Principios de la responsabilidad social	Capítulo 4	Introduce y explica los principios de la responsabilidad social.
Reconocer la responsabilidad social e involucrarse con las partes interesadas	Capítulo 5	Aborda dos prácticas de responsabilidad social: el reconocimiento por parte de una organización de su responsabilidad social; y la identificación y el involucramiento con sus partes interesadas. Proporciona orientación sobre la relación entre una organización, sus partes interesadas y la sociedad, sobre el reconocimiento de las materias fundamentales y los asuntos de responsabilidad social y sobre la esfera de influencia de una organización.

Título del capítulo	Número del capítulo	Descripción de los contenidos del capítulo
Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social	Capítulo 6	Explica las materias fundamentales relacionadas con la responsabilidad social y sus asuntos asociados (véase la Tabla 2). Para cada materia fundamental, se proporciona información sobre su alcance, su relación con la responsabilidad social, los principios y las consideraciones relacionados y las acciones y expectativas relacionadas.
Orientación sobre la integración de la responsabilidad social en toda la organización	Capítulo 7	Proporciona orientación sobre cómo poner en práctica la responsabilidad social en una organización. Incluye orientaciones relacionadas con: la comprensión de la responsabilidad social de una organización, la integración de la responsabilidad social en toda la organización, la comunicación relativa a la responsabilidad social, el incremento de la credibilidad de una organización con respecto a la responsabilidad social, la revisión del progreso y la mejora del desempeño y la evaluación de iniciativas voluntarias en responsabilidad social.
Ejemplos de iniciativas voluntarias y herramientas para la responsabilidad social	Anexo A	Presenta un listado no-exhaustivo de iniciativas y herramientas voluntarias relacionadas con la responsabilidad social, que abordan aspectos de una o más materias fundamentales o de la integración de la responsabilidad social en toda la organización.
Abreviaturas	Anexo B	Contiene las abreviaturas utilizadas en esta Norma Internacional
Bibliografía		Incluye referencias a instrumentos internacionales reconocidos y Normas ISO que se referencian en el cuerpo de esta Norma Internacional como fuente de consulta.

8. BIBLIOGRAFÍA

BOWEN, H. (1953): Social Responsibility of a Businessman, Edición University of Iowa Press, 2013 -266 páginas.

BUSTO, L. (2021): Responsabilidad Social Corporativa: Origen y evolución.

CARBALLO, C. (2007): "La RSC en España, una visión desde el Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa", Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, pág. 335-346.

CECU (2006): La opinión y valoración de los consumidores sobre la Responsabilidad Social de la Empresa en España. Edición 2ª, Confederación de Consumidores y Usuarios.

CECU (2010): "La opinión y valoración de los consumidores sobre la Responsabilidad Social de la Empresa en España", Confederación de Consumidores y Usuarios.

CIERVAL (2016): RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA PYMES. Cómo este modelo de gestión puede mejorar la competitividad de la empresa, Confederación de Organizaciones Empresariales de la Comunidad Valenciana (CIERVAL), Valencia.

COMISIÓN EUROPEA (2006): "Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la RSE" COM (2006) 136, Bruselas.

COMISIÓN EUROPEA (2011): Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas, COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES, 25 de octubre de 2011, Bruselas.

CORREA, J.G. (2007): "Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social", Semestre Económico, Volumen 10, número 20.

DAVOS (2020): El propósito universal de las empresas en la Cuarta Revolución Industrial, Manifiesto de Davos, 2 de diciembre de 2019.

FERNÁNDEZ MARTÍN, R., DE LA FUENTE DEL MORAL, F., GAGO DE SANTOS, P. (2011): "Los países nórdicos y la responsabilidad social corporativa: ¿un ejemplo a seguir por el resto de Europa?", XIII REUNION DE ECONOMIA MUNDIAL.

FORÉTICA (2017): SGE 21. Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, Madrid.

FREEMAN, R.E (1984): Strategic Management: A Stakeholder Approach, Pitman Publishing.

FRIEDMAN, M. (1962): Capitalism and Freedom, Prensa de la Universidad de Chicago.

GARRE, F. (2016): Los recursos humanos en el contexto de la responsabilidad social de las empresas, Trabajo Fin de Grado para la obtención del título de graduada en Administración y Dirección de Empresas, Universidad Politécnica de Cartagena, Facultad de Ciencias de la Empresa.

GARRIDO, L. (2019): “La RSC en las PYMES: desafíos y soluciones” PYMES y Responsabilidad Social Empresarial.

INE (varios años): Directorio Central de Empresas (DIRCE), Instituto Nacional de Estadística, varios años, Madrid.

INE (varios años): Encuesta de Población Activa (EPA), Instituto Nacional de Estadística, varios años, Madrid.

IQNET SR10 (2011): SGE 21. Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, SGE 21. Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, Berna, Suiza.

ISO 26000 (2010): Guía de responsabilidad social. Líneas directrices relativas a la responsabilidad social.

LAZOVSKA, D. (2019): “28 pasos para implementar la RSE en PYMES” Exponews, 11 de julio de 2019.

MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL (2015): Estrategia 2014-2020 para empresas, administraciones públicas y el resto de organizaciones para avanzar hacia una sociedad y una economía más competitiva, productiva, sostenible e integradora, Madrid.

ONGAWA (2011): Guía de la Responsabilidad Social Corporativa para pymes, ONGAWA Ingeniería para el desarrollo Humano.

PAREJO, T. (2022): "La agenda ODS en la estrategia de las empresas", Revista Economía Industrial nº 425, pag. 125-136, tercer trimestre de 2022, Mº de Industria, Comercio y Turismo, Madrid.

PARLAMENTO EUROPEO (2007): "La RSE: una nueva asociación" (2006/2133(INI)), 13 de marzo de 2007.

PORTER, E.; KRAMER, M. (2011): "Creating Shared Value", Harvard Business Review, enero-febrero, 2011.

ROSER, I. (2006): Guía de la Responsabilidad Social Corporativa de las PYMEs, Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa y Fundación El Monte.

SERES (2020): La evolución de la RSC en España a través del impacto social de nuestras empresas, Informe SERES-Deloitte, 17 diciembre de 2020.

SCHULZE, F.; PSZOLLA, V. (2011): Situación de la Responsabilidad Social Empresarial en Europa. Página web conmemorativa: http://www.exeedu.com/publishing.cl/strategy_manag_bus_rev/2011/Vol2/Nro2/1-SM13-11-full.pdf

VICENTE, D., BARDEL, D. (2024): Las nuevas obligaciones en materia de sostenibilidad en la Unión Europea: la Directiva (UE) 2022/2464 y la naturaleza de sus normas, Cuadernos europeos de Deusto, número 70/2024, págs.133-168, Bilbao.