

CXE | CONSORCIO
PACTO LOCAL POR EL
EMPLEO DE **CASTELLÓN**
DE LA PLANA



Unión Europea
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

[RSE: ¿POR QUÉ SER UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE?]

DOSSIER INFORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE RSE EN EL MARCO DEL PROGRAMA DE ASESORAMIENTO Y TUTORIZACIÓN DE EMPRESAS. Enero 2012.

DOSSIER

INFORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE RSE

Este trabajo se realiza en el marco de la asistencia técnica al Consorcio Pacto Local por el Empleo de Castellón de la Plana en el periodo mayo de 2011 - abril de 2012, concretamente dentro del Programa de asesoramiento y tutorización de empresas: Información y sensibilización de ser empresa responsable.

Su objetivo es ofrecer información básica a las empresas sobre Responsabilidad Social Empresarial: qué es, en qué ámbitos de la empresa se aplica y qué beneficios aporta.

¿QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL?

“La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”. (Libro Verde Comisión Europea, 2001)

Desde una perspectiva más amplia, la RS es la Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que (ISO 26000, 2010):

- ✓ Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- ✓ Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- ✓ Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento;
- ✓ Y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS DE RSE A DESARROLLAR POR LAS EMPRESAS?



GESTIÓN INTEGRADA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL



DIMENSIÓN ECONÓMICA/ MERCADO

Desempeño económico.
Presencia en el mercado.
Impactos económicos directos.



DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

Materiales.
Energía.
Agua.
Biodiversidad.
Emisiones, vertidos y residuos.
Productos y servicios.
Cumplimiento normativo.
Transporte.
General.



DIMENSIÓN SOCIAL

Igualdad de oportunidades: planes de igualdad, etc.
Gestión de la diversidad en el lugar de trabajo.
Formación y desarrollo profesional.
Cláusulas sociales (contratos públicos)

Principales ámbitos sobre las que se asienta una organización socialmente responsable AECA (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 2004):

- ✓ Gobierno corporativo
- ✓ Dirección estratégica
- ✓ Gestión y control interno
- ✓ Información corporativa y auditoría
- ✓ Certificación
- ✓ Inversión socialmente responsable
- ✓ Comunicación y reconocimiento externo

¿POR QUÉ SER UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE?

✓ **Respecto a los clientes**

- Reconocimiento social.
- Incremento en ventas.
- Aumento de la notoriedad y simpatía hacia la entidad.
- Diversifica e intensifica la comunicación externa de la empresa.
- Construcción de imagen de marca.
- Posicionamiento social.
- Buen soporte para la exportación.

✓ **En cuanto a los/as empleados/as**

- Incrementa la motivación y el compromiso de los trabajadores sobre todo ante una situación de despido masivo, precariedad de empleo o incertidumbre.
- Aumento en la productividad, rendimiento y retención del personal
- Mejora la comunicación interna.
- Construye cultura; permite la integración en nuevos marcos sociales a consecuencia de la exportación, globalización, fusiones... Esto se traduce en una reducción de los costes internos de coordinación.
- Aumenta el sentido de pertenencia (integra y estimula al personal).
- Introduce creatividad en la empresa.

✓ **Otros stakeholders**

- Crea y comunica legitimidad.
- Crea un clima de confianza.
- Refuerza y crea un clima social de valoración de la solidaridad.
- Integración en la comunidad.

¿QUÉ OTROS BENEFICIOS TIENE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LAS EMPRESAS?

- ✓ Aumento del rendimiento económico y financiero.
- ✓ Reducción de costos de producción a través de control de residuos y eficiencia en el uso de la energía, entre otros
- ✓ Mejor calidad de productos y condiciones favorables en el proceso de manufacturación
- ✓ Estimula la innovación y la competitividad hacia la creación y diseño de nuevos productos, servicios y procesos ambientalmente conscientes.
- ✓ Aumenta la reputación e imagen de la marca
- ✓ Evitar las sanciones comerciales, campañas negativas y boicots
- ✓ Mejoramiento de bienestar en la comunidad donde opera