

**UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA  
CAMPUS DE HUESCA**



# **RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

**TRABAJO FIN DE GRADO  
ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS  
DIEGO GALVÁN ALASTUEY  
TUTORA: CARMEN MARCUELLO  
2012-2013**

## ÍNDICE

<b>1.- Introducción</b>	<b>3</b>
<b>2.- La Responsabilidad Social Corporativa. RSC</b>	<b>4 - 27</b>
<b>2.1.- Evolución de la RSC.</b>	<b>4</b>
<b>2.2- Definición, Principios y elementos</b>	<b>5 - 16</b>
<b>2.2.1 Elementos</b>	<b>6 – 13</b>
<b>2.2.2 Misión, Visión y Valores</b>	<b>14 - 16</b>
<b>2.3.- Marco normativo.</b>	<b>16 - 25</b>
<b>2.4.- La Responsabilidad Social Corporativa, En España</b>	<b>26-27</b>
<b>3.- Análisis de los casos empresariales</b>	<b>28-39</b>
<b>3.1.- Presentación de las empresas</b>	<b>29-31</b>
<b>3.2.- Propuesta de análisis</b>	<b>32-33</b>
<b>3.3.- Análisis de los casos</b>	<b>34-38</b>
<b>4.- Conclusión final</b>	<b>39-40</b>
<b>5.- Bibliografía</b>	<b>41-42</b>

## **1.- INTRODUCCIÓN**

La Responsabilidad Social Corporativa ha ido evolucionando tanto desde las propuestas teóricas como en su aplicación en la empresa. Asimismo, surgió como respuesta a la demanda de la sociedad para que la empresa asumiera su responsabilidad como parte de la sociedad de donde surge y sobre la que influye con sus decisiones y actuaciones. El objetivo de este trabajo es examinar el concepto y características de la RSC y analizar tres modelos de aplicación de esta en dos empresas.

Para ello se define la Responsabilidad Social Corporativa, a partir de su evolución histórica, se analizara su definición y los principios que conlleva consigo, principios como la triple dimensión, los grupos de interés, el desarrollo sostenible, ventaja competitiva, globalización, educación, innovación y tecnología. A continuación, la misión, visión y valores de las empresas responsables, poniendo como ejemplo el comportamiento de la empresa Befesa.

Ya definida la RSC se presenta su normativa y como esta trata de influir en las empresas para guiar su comportamiento, estudiando el organismo de la Comisión Europea, los diez principios básicos nacidos del Pacto Mundial, las líneas directrices de la OCDE para las empresas multinacionales, la normativa ISO 26000, la Organización Internacional del Trabajo “OIT” y la guía GRI. Por último para acabar con el segundo apartado, se muestran algunos datos de cómo ha evolucionado al RSC en España.

En el último apartado se analizan dos empresas responsables, *Frogtek* y *Plásticos Escanero* a través de la información pública disponible y la realización de una entrevista con los responsables de las empresas, Guillermo Caudevilla, director del área tecnológica de *Frogtek* y Carlos Escanero propietario de *Plásticos Escanero*.

Para finalizar se resumen las conclusiones del trabajo.

## **2.- RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. RSC**

### **2.1.- EVOLUCIÓN DE LA RSC**

El término de Responsabilidad Social Corporativa, es relativamente reciente y se ha ido incorporando en la gestión de las empresas. A mediados de los años noventa la sociedad en general reclamaba a las empresas la necesidad de que estas asumieran cierta responsabilidad, como compensación a la sociedad por los beneficios que obtienen de su aprovechamiento. Se abre un debate que todavía hoy sigue existiendo. Gracias a organismos internacionales, a figuras clave como la de Nelson Mandela y también a las nuevas publicaciones en la materia, las empresas fueron incorporando la RSC y todos los principios que este término conlleva dentro de su organización. A continuación veremos algunas fechas claves en el desarrollo de la RSC.

- En 1990 en Davos, a iniciativa de Nelson Mandela, se celebra el Foro Económico Mundial surgiendo el Pacto Mundial, el cual pide a las empresas que hagan sus valores fundamentales, valores nacidos de cuatro estamentos, los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.
- En el año 2000 se pública la Iniciativa del Reporte Global, la Global Reporting Initiative en inglés, la primera guía *GRI*. Esta guía contiene los criterios básicos para la elaboración de las Memorias de Sostenibilidad.
- En el año 2001 nace el *Libro Verde* de la Unión Europea, para el fomento de un Marco Europeo para la Responsabilidad Social Corporativa. Las empresas deciden voluntariamente contribuir con la sociedad. También las políticas nacionales deberán guardar relación con las comunitarias y con los estándares internacionales.
- En la Cumbre de la Tierra del 2002 en Johannesburgo se plantea como tema principal el desarrollo sostenible y la necesidad de un marco regulatorio y la estandarización de políticas en materia de RSC.

Las empresas españolas viendo como las empresas extranjeras estaban evolucionando en materia social se vieron obligadas a imitarlas. A finales de los años 90 llega a España la RSC a través de la *Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO)*. Las empresas españolas tuvieron que cumplir determinados requisitos y acatar las nuevas exigencias, como por ejemplo para cotizar en bolsa.

En el año 2005 se constituye el *Foro de Expertos* de la RSC. Al año siguiente, en el 2006 se pública el *Libro blanco*, reflejo del compromiso de las instituciones públicas y ya en el 2007 se acordaron “*Las políticas Públicas de fomento y desarrollo de la RSC en España*”.

## **2.2.- DEFINICIÓN, PRINCIPIOS Y ELEMENTOS BÁSICOS**

Si bien es cierto que casi todo el mundo ha oído hablar de la RSC, no todo el mundo la entiende y la práctica de la misma manera, por eso aún existen muchas cuestiones que conviene tratar en relación a la RSC y que se tratará de responder con este trabajo. Responder las siguientes cuestiones expuestas y analizar cada uno de los nuevos términos que surgirán durante el estudio.

### **¿Qué es la RSC?**

En primer lugar se presenta la definición propuesta por la *Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas* (AECA), asociación que busca crear informes de conducta para las empresas, mejorar su nivel de competencia y garantizar el desarrollo de las organizaciones y el progreso de la sociedad.

*“Una empresa opta por una estrategia de RSC cuando se compromete con unos valores sociales elementales y con un comportamiento coherente a estos, teniendo no solo como objetivo el beneficio económico, sino una triple dimensión. Dimensión económica, social y medioambiental. Buscando el beneficio económico, favorecer los intereses de sus grupos de interés, mejora de la sociedad y preservación del medio ambiente y contemplar el impacto de sus acciones.”*

La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) (2003)

Una empresa socialmente responsable además de ofrecer beneficios a la sociedad obtendrá una ventaja competitiva frente al resto. Este nuevo modelo de gestión es un paso adelante para cada empresa y para la economía en general. La sociedad ha de apreciar la RSC como un factor positivo para la empresa en competitividad, sostenibilidad, beneficio social, innovación, beneficios en cuanto a gestión de riesgos, ahorro de costes, acceso al capital, relaciones con los clientes, gestión de los recursos humanos y capacidad de innovación.

Para la *Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas* la principal misión de la RSC es contribuir al desarrollo sostenible, para esto se impulsarán modelos de gestión responsable, gestión que incentive la competitividad y el crecimiento económico, así como el desarrollo de las personas y del medio ambiente. Para que exista este desarrollo sostenible, el modelo económico ha de responder a las necesidades actuales sin perjudicar a las generaciones futuras.

La RSC ofrecerá a las empresas una mayor competitividad, mejorara su posicionamiento, imagen de marca, creará valor y reforzará las relaciones con su grupo de interés. Estas empresas han de desarrollar su dimensión económica, social y medioambiental.

Continuando con la definición, nos apoyaremos en otra fuente dedicada al estudio y desarrollo de la RSC, el “*Observatorio de la RSC*”. Este organismo fundado en el 2004 tiene como objetivo potenciar la RSC, sensibilizar y dar a conocer los efectos positivos en la sociedad. Son claves los términos informar, educar y evaluar para el éxito de esta tarea.

Para el *Observatorio* existen cinco principios básicos que se han de dar necesariamente en cada una de las empresas que traten de ser responsables socialmente. A continuación se analizara dichos principios:

- La RSC incluye el cumplimiento de una serie de normas internacionales obligatorias para todas las empresas y también otras que ayudan a desarrollar este tipo de gestión responsable. Estas normativas no obligatorias están encaminadas a dirigir y crear modelos de conducta. Entre estas normas están la OIT, la Declaración de los Derechos Humanos o la Norma ISO 26000.
- La actividad de la empresa es de carácter global, sus actuaciones no solo serán a nivel nacional, también a nivel internacional, es decir sus acciones pueden llegar a afectar en cualquier otra parte del mundo. Las empresas han de ser responsable ahí donde actúen y comprender que el comportamiento individual de una empresa puede tener consecuencias al otro lado del mundo, una de las características de la globalización. La RSC también tiene un carácter global dentro de la empresa, ya que afecta a toda la cadena de valor necesaria para el desarrollo de la actividad. si las acciones no se reflejan en gran parte de la estructura de la empresa, viéndose solo en acciones puntuales o en solo alguna actividad no será considerado RSC.
- La RSC comporta compromisos éticos objetivos que se convierten de esta manera en obligación para quien los contrae.

Innovación	Acción social	Desarrollo de habilidades y competencias
Igualdad de Oportunidades y Diversidad	Salud y Seguridad	Medio Ambiente
Integración de la RSE en la Gestión	Diálogo con Stakeholders	Liderazgo y buen gobierno
Comunicación y Reporting	Medidas anticorrupción	Espacio PYME

Toda empresa que quiera ser responsable ha de ser coherente con lo que promulga, si no lo es se verá como una simple acción de Marketing y puede ser bastante contraproducente. Demostrar que el comportamiento es realmente responsable puede hacerse mediante una mayor transparencia de sus actividades y completa información. La ética del comportamiento debe ser obligada en todas sus fases organizativas y en cualquier país en el que se situé la empresa, también es importante no solo mantener un correcto comportamiento, sino también asegurarse de que lo lleven a cabo las empresas con las que se trabaja, los proveedores por ejemplo.

- La RSC se manifiesta en los impactos que genera la actividad empresarial en el ámbito social, medioambiental y económico. Toda actividad empresarial conlleva un impacto, de mayor o menor magnitud, en diferentes ámbitos y positiva o negativamente. La RSC nace en parte con el objetivo principal de minimizar todo efecto negativo y maximizar los efectos positivos. Por otra parte, son las empresas las que más beneficio obtienen del aprovechamiento de los recursos naturales y las que más contaminan, siendo la sociedad en general la perjudicada por estos comportamientos sin obtener un beneficio directo. Por todo esto han de compensar, devolviendo de alguna manera los efectos negativos que producen. A mayor contaminación mayor contribución en favor de la sociedad que lo sufre.
- La RSC se orienta a la satisfacción e información de las expectativas y necesidades de los grupos de interés. En este último principio se ve la figura de los grupos de interés, término clave y que desarrollaremos a continuación.

Ahora que ya está más claro que es la RSC se pasará a analizar algunos de los términos que se consideran más importantes y que ya han aparecido en las definiciones anteriores. Este análisis nos ayudará en la comprensión del trabajo.

### **2.2.1 Elementos de la RSC**

Para conocer y comprender mejor la RSC es necesario identificar una serie de elementos, así como la forma de integrarlos en la organización totalmente. Todos ellos se deben tener en cuenta por la empresa si esta quiere llegar a ser totalmente responsable. Estos elementos son la triple dimensión, los grupos de interés, el desarrollo sostenible, ventaja competitiva, tecnología e innovación, globalización, información y educación.

#### **2.2.1.1.- Triple dimensión**

Las empresas responsables deben buscar la manera para poder coordinar en su estrategia tres dimensiones, añadiendo a la ya conocida dimensión económica, una dimensión social y otra medioambiental. Para ver cómo ha de actuar la empresa para cumplir con la Triple dimensión nos apoyamos en el ya mencionado Libro Verde, diseñador de un marco común del comportamiento a seguir por las empresas en materia de RSC y el cual en su definición menciona claramente la triple dimensión. Define la RSC como la integración en las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales.



- Económica. Maximización de valor para los grupos de interés.
- Responsabilidad Social. Crear bienestar social, generación de empleo, actuaciones de interés general, eventos culturales.
- Responsabilidad Medioambiental. Minimizar cualquier impacto negativo en el medio ambiente.

La empresa ha de prestar atención a estas tres áreas de manera coordinada y equilibrada. También deberá cubrir las dos dimensiones existentes según el Libro Verde, la dimensión interna y dimensión externa. La dimensión interna serán las actividades internas a la empresa y relacionadas con los empleados y el medio ambiente. La dimensión externa tratará actividades externas a la empresa, relaciones con clientes, proveedores, comunidad. El Libro verde de la Comisión propone:

Dimensión Interna: Gestión de Recursos humanos, salud y seguridad laboral, adaptación al cambio y minimización del impacto negativo ambiental.

Dimensión Externa: Comunidades locales, socios comerciales, proveedores y consumidores, derechos humanos y problemas ecológicos mundiales.

La guía Global Reporting Initiative (guía GRI) ha realizado un modelo de resultados a partir de esta triple dimensión del concepto de sostenibilidad que ha proporcionado un modelo sistematizado de información sobre Responsabilidad Social Corporativa. La “*Triple cuenta de resultados (Triple Bottom Line)*”. Presenta en términos económicos la triple dimensión, es decir el valor de la dimensión económica, social y medioambiental que las empresas crea o destruyen. Refleja la importancia de cumplir con la triple dimensión.



En conclusión las empresas también tendrán como objetivo, cumpliendo con la triple dimensión, atender las necesidades de los grupos de interés, innovar y mejorar el proceso de dirección y gestión de las empresas, potenciar las ventajas competitivas y minimizar los impactos negativos.

### 2.2.1.2 Grupos de interés

En toda empresa responsable, su dirección y gestión ha de tener muy en cuenta las necesidades y expectativas de los grupos de interés, siendo el principal objetivo satisfacer a estos, buscando el equilibrio entre empresa, sociedad y grupos de interés. Para definir a estos grupos de interés se ha elegido la definición del economista R.E Freedman:

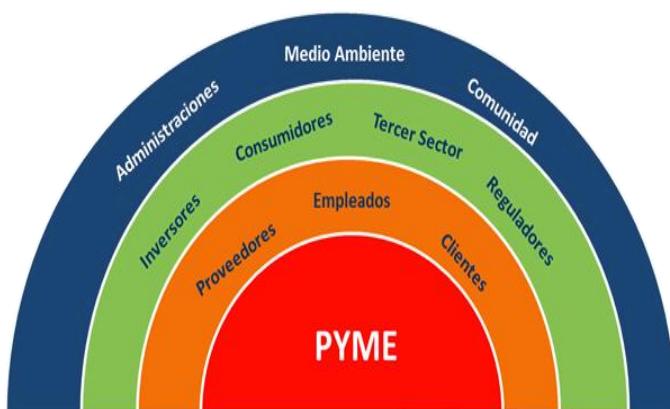
*“Todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de éstas”*

Freedman, (1983) “La Gestión estratégica. Enfoque de los grupos de interés”

La empresa ha de conocer a cada uno de los miembros de este grupo, así como sus necesidades, de esta forma podrá adecuar sus objetivos a estas, siempre desde un comportamiento acorde con la RSC. Si esta realizase alguna operación inmoral, esta operación afectaría a los grupos de interés también, pudiendo quitar su apoyo a la empresa. Es imprescindible que toda la información posible circule desde la empresa a los grupos de interés y viceversa. Como vemos, el objetivo primordial de las empresas ya no solo es conseguir el máximo beneficio posible, también existen otros objetivos que otorgaran a la empresa otros beneficios más a largo plazo. La utilización de este modelo organizativo no solo busca obtener beneficios, sino también evitar pérdidas y una mala imagen de cara al resto de la sociedad.

Los grupos de interés pueden diferenciarse entre grupos internos y externos dependiendo si se encuentran dentro o fuera de la estructura. También se diferenciarán en función de si las diferencias son genéricas, es decir, comunes para todos igual, o individuales a cada uno de los grupos. A continuación veremos los diferentes grupos de interés, su categoría y las distintas necesidades. Estos ejemplos son sacados del documento de la AECA (2003).

Entre los grupos internos están los propietarios o accionistas y los empleados. Los primeros reclaman a la empresa que sea capaz de crear valor, obteniendo un mayor beneficio, también piden transparencia informativa y que fluya comunicación entre las partes. Los empleados por su parte exigen una retribución justa por su trabajo, salud, seguridad laboral y ciertas condiciones que les proporcionen una vida digna tanto dentro de la empresa como fuera.

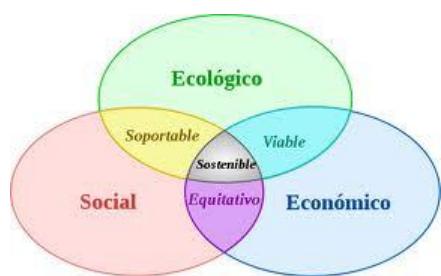


Entre los grupos externos están en primer lugar los clientes, demandantes de productos con valor social y medioambiental añadido, a la vez que la creación de hábitos saludables. También están los proveedores, en busca del beneficio mutuo, la confianza y la comunicación. También están los agentes sociales, representativos de otros grupos de interés y las administraciones públicas, garantizadoras del cumplimiento de la legislación por parte de las empresas. Dentro de este grupo también puede incluirse para la AECA el medioambiente y las generaciones futuras, que como se puede imaginar, sus exigencias están relacionadas con el respeto por el medio ambiente y el desarrollo sostenible.

Las diferencias genéricas para cada uno de los grupos de interés son la transparencia informativa por parte de la empresa, necesidad cada día más exigida, comunicación y dialogo permanente entre las partes y por supuesto el beneficio mutuo.

### 2.2.1.3. Desarrollo Sostenible

Habría que preguntarse si algunas de nuestras acciones no tendrán unos efectos secundarios catastróficos como apunta el calentamiento global, el deshielo de los polos o la contaminación de las aguas por citar unos ejemplos. Otra pregunta es en relación a que ocurrirá si se agotan recursos no renovables tan importantes como el petróleo o se sobreexplotan otros recursos que si son renovables como es la masa forestal. Todas estas acciones de no ser reconducidas, pasarán a las futuras generaciones, por ello la obligación de crecer de una manera sostenible.



El desarrollo sostenible es un término muy ligado al de RSC, ya que en muchos casos se podría decir que el conjunto de acciones responsables llevadas a cabo por la empresa tiene como objetivo final el desarrollo sostenible.

*“El desarrollo sostenible es aquel que permite alcanzar el bienestar de las generaciones presentes sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras la satisfacción de sus propias necesidades”.*

Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible. Declaración de Tokio (1987)

Este modelo sostenible trata de racionalizar la explotación de los recursos humanos, para no llegar a su agotamiento, también eliminar los impactos negativos causa de los procesos productivos y de acciones irresponsables y de esta forma asegurar que las generaciones venideras podrán seguir disfrutando de las posibilidades que ofrece el planeta al igual que lo han hecho las generaciones anteriores.

Uno de los objetivos a conseguir por la empresa, además de los beneficios anteriormente citados es el de obtener una ventaja competitiva respecto al resto. Para conseguir esta ventaja es imprescindible invertir en innovación y aprovecharse del uso de nuevas tecnologías. Todo esto en un entorno globalizado, donde las posibilidades de información nunca antes habían sido tan grandes y han ofrecido tantas posibilidades y donde la educación es imprescindible para una sociedad que se enfrenta a nuevos riesgos derivados de la falta de responsabilidad existente por parte de las empresas, los gobiernos y la sociedad.

#### **2.2.1.4. Ventaja competitiva**

Una empresa obtiene una ventaja frente al resto cuando los consumidores logran ver algo en esta que no ven en el resto. Para conseguir esto es imprescindible, como ya hemos indicado anteriormente, que la empresa sea capaz de cumplir con las expectativas y necesidades de los grupos de interés, siendo el comportamiento responsable uno de las necesidades más demandadas en la actualidad. Por este motivo invertir en RSC y dar a conocer dicha inversión siendo transparente en tus acciones, podrá ofrecerte ventaja competitiva y en definitiva beneficios. Imagen de marca, beneficios en reciclaje, ahorro en costes o apertura de nuevos mercados.

Actualmente el cumplimiento de la normativa de RSC no es obligatoria, pero posiblemente si lo sea en un futuro cercano, por esto, todo lo que la empresa responsable invierta en la actualidad lo tendrá de adelanto frente al resto.

#### **2.2.1.5. Innovación y Tecnología**

Si bien las nuevas tecnologías y la ciencia han sido responsables de la creación de productos altamente perjudiciales para la sociedad y el medio ambiente, ya sean armas, productos contaminantes o energía nuclear, se ha de confiar en el buen uso de esta tecnología para que la inversión realizada se convierta en el mejor aliado de la RSC. Transformar una empresa en responsable es una inversión a largo plazo, quizás no se vean beneficios hasta pasados unos años, pero ya se está puede ver en empresas que estas inversiones realmente salen rentables. En el caso de invertir en nuevas tecnologías provoca un alto coste, pero a la larga supondrá por ejemplo, un ahorro de energía o de recursos.

Para la AECA (2003) la innovación en tecnología por parte de las empresas es imprescindible para el desarrollo sostenible. Usar una mejor tecnología es un factor que propiciara un comportamiento responsable.

## 2.2.1.6. Globalización

El sistema socio-económico mundial que es la globalización es en gran parte el culpable de la creación de los riesgos mencionados anteriormente.



La globalización ha creado un mercado sin fronteras, homogeneizando mercados, creando necesidades, un enorme consumismo, acercando culturas, dando la posibilidad tener cualquier producto a su disposición. En este proceso global cada una de las sociedades, a pesar de sus diferencias culturales, religiosas o demográficas tiende

a compartir los mismos objetivos socio económicos transmitidos a través de la televisión, el cine o internet. Las multinacionales han contribuido al desarrollo de este fenómeno a través de una red de comercio a lo largo del mundo, buscando maximizar beneficios ya sea ampliando mercados o trasladando la producción a aquellos países donde puedan aprovecharse de diferentes condiciones. Esto ha creado una enorme demanda de productos en los países emergentes que exige la sobreexplotación de los recursos naturales y materias primas y también aumenta la contaminación debido a los procesos productivos que en los países emergentes no cuentan con los controles que se imponen en los países del primer mundo. Esta falta de controles puede derivar en prácticas abusivas respecto a sus trabajadores, explotación infantil, insalubridad.

La globalización y el consumismo han influenciado en la forma de vivir, con la creación para muchos de una sociedad donde solo importa el dinero y no las personas. Por otra parte, la sociedad se caracteriza por presentar cada vez más preocupantes conductas autodestructivas en cada uno de los ciudadanos, estrés, preocupaciones, mala alimentación, competitividad y también una pérdida de valores y una sensación agobiante de spots publicitarios, internet y poco calor humano. Esta sensación de negatividad es muchas veces transmitida por las empresas, los ciclos económicos y los propios gobiernos. Esta situación trae consigo problemas sociales tales como alcoholismo, drogadicción, violencia o ludopatía. El consumo voraz provoca que el sistema económico globalizado produzca un agotamiento de los recursos naturales. Para los países pobres en muchas ocasiones su única solución es la sobreexplotación de sus recursos. Hoy en día, las grandes empresas transnacionales no sólo colocan sus fábricas en países donde la mano de obra es más barata, sino también en aquellos países cuya legislación ambiental es menos severa y permite reducir costes en este ámbito, de modo que las empresas pueden fabricar productos más baratos y más competitivos, que benefician al consumidor en cuanto a que le es más asequible adquirir el producto. La gran actividad industrial, la utilización de según qué productos y la falta de cumplimiento con las leyes medioambientales ni que decir tienen del daño que producen en el medio ambiente. Este problema con el medio ambiente está más localizado en determinadas zonas, por ejemplo los países ricos intentaran alejar las actividades más contaminantes lo más lejos de sus fronteras, aunque esto conlleva el riesgo de que antes o después, estos países se vean afectados por estas actividades por muy lejos que estén.

### **2.2.1.7. Información**

Vivimos en lo que es conocido como la era de la información, gracias en gran medida a internet y a las nuevas tecnologías existe la posibilidad de obtener una inmensa cantidad de información desde cualquier parte del mundo en un pequeño instante de tiempo. Somos conocedores de los posibles riesgos existentes y de las consecuencias tanto de nuestras acciones como de las empresas, observando cómo influyen las acciones llevadas a cabo por estas en cualquier lugar del mundo y opinar respecto a ellas. La crítica de un internauta en su blog o en alguna red social puede llegar a convertirse en una gran bola de nieve capaz de hacer tambalear la imagen de una gran empresa.

### **2.2.1.8. Educación**

La educación es imprescindible, un país que no invierte en educación puede notarlo negativamente a largo plazo. Ya hemos hablado de la importancia e influencia de los grupos de interés, es necesario que estos estén preparados para influir correctamente sobre las empresas. Esto se logra invirtiendo en una educación en valores, desde los inicios de la escolarización, apostando por una formación crítica con los sistemas que capacite a las nuevas generaciones para gestionar sus intereses en su relación con las empresas.

Para concluir, no se debe confundir la RSC con acciones puntuales, realizadas por una empresa como una estrategia a corto plazo, ya sea una donación, patrocinio o colaboración. No se ha de olvidar que la RSC no es solo cumplir la normativa, es un grado de compromiso mayor y voluntario por parte de la empresa, cumpliendo con las conductas marcadas por el GRI, la norma ISO 26000 o el Libro verde, por ejemplo. La empresa no ha de buscar un beneficio a corto plazo o, mediante acciones externas a la organización interna de la empresa. La RSC debe ser interna a la estructura empresarial y verse reflejada en cada una de las fases de la cadena de valor.

Todavía hoy mucha gente confunde la RSC, esto hace que no sea valorada como se debe o que se valoren acciones como RSC, siendo acciones puntuales realizadas en un momento dado. Estas acciones también son positivas y dignas de valorar, pero también son en muchas ocasiones utilizadas por las empresas como un lavado de cara o como una estrategia de marketing.

En este trabajo se entiende la RSC como el sistema estratégico que han de integrar las empresas en cada uno de los departamentos, a sus valores y a todo su ámbito de influencia. Se deberá cumplir con la legislación y también con las normativas y guías de RSC a pesar de no ser obligatorias.

## 2.2.2. Misión, Visión y Valores

Toda empresa ha de seguir ciertos pasos para elaborar su estrategia. Uno de estos pasos es definir su Misión, Visión y Valores de la organización. Una empresa que quiere llevar a cabo una estrategia responsable definirá estos tres puntos en función a la RSC. Los objetivos a cumplir, como conseguirlos y en los valores de la empresa deben estar en concordancia con la RSC.

Para que exista esta concordancia en una empresa cualquiera, esta ha de tener muy claros los conceptos de estos tres términos, definirlos claramente y según las características particulares de cada empresa formular su estrategia empresarial acorde a lo definido.

- Misión. Define la actividad de la empresa, en que nos diferenciamos al resto, por qué podemos ser mejores y a quien nos dirigimos.
- Visión. Qué metas queremos conseguir, como lograrlas. Debemos estar motivados para lograr el objetivo.
- Valores. Código ético de la empresa, ha de ser aceptado por todo el personal de la empresa, cumpliéndolo, creando una cultura empresarial y un modelo de comportamiento.

Para verlo de una forma más práctica, veremos la misión y la visión de “*La Estrategia Española de la Responsabilidad Social de las Empresas*” y de la empresa “*Befesa*” y como desarrollan sus valores internos a la organización.

“*La Estrategia Española de la Responsabilidad Social de las Empresas tiene por objeto apoyar el desarrollo de las prácticas responsables de las organizaciones públicas y privadas con el fin de que se constituyan en un motor significativo de la competitividad del país y de su transformación hacia una economía más productiva, sostenible e integradora*”.

*Borrador 2 de Octubre de 2013 de la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas*

La Estrategia Española de la Responsabilidad Social de las empresas define en el borrador de 2 de Octubre de 2013 su Misión, Visión y los Valores de la empresa.

- Misión. Se fijan los principios de comportamiento de la empresa, estos han de ser conocidos y compartidos por toda la organización. Han de adaptarse los principios personales con los valores de la organización para un correcto funcionamiento, siendo coherentes y no contradictorios.

- Visión. La Estrategia Española de la RSC tiene cinco objetivos dentro de su visión empresarial.
- Impulsar y promover los criterios de la RSC en España, en las empresas privadas y en las organizaciones públicas.
- Expandir estos valores responsables a las medianas empresas y a las Pymes.
- Promover la RSC como característica de empresa competitiva, sostenible y de cohesión social.
- Difundir los valores de la RSE en el conjunto de la sociedad.
- Crear un marco de referencia común para todo el territorio en materia de RSE.
- Valores. Estos valores serán conocidos y compartidos por todos los miembros de la empresa. Los valores guiarán el comportamiento, por esto no han de contradecirse los valores personales y los organizativos, siendo coherentes y no contradictorios.

También se hablará de la compañía internacional *Befesa*, de la cual se analizará la importancia de estos conceptos para una empresa socialmente responsable. Uno de los motivos por los que elegido hablar de esta empresa es debido a que es una empresa que trabaja con residuos con lo que su comportamiento es muy importante. También porque cumple con uno de los requisitos para ser una empresa responsable, la transparencia. Esta transparencia ha permitido poder obtener información sobre su comportamiento.



*“Gestionamos más de 2,2 Mt de residuos, dedicando a la producción de nuevos materiales a través del reciclaje 1,2 Mt, que evitan la emisión de más de 0,7 Mt de CO<sub>2</sub> al año”.*

*Befesa (2013)*

- Misión. Prestación de servicios medioambientales a la industria y en la construcción de infraestructuras medioambientales desarrollando las actividades de Reciclaje de Residuos de Aluminio, Reciclaje de Residuos de Acero y de Galvanización, Gestión de Residuos Industriales.
- Visión. Aporta soluciones a la gestión de residuos industriales teniendo muy presente la responsabilidad social para contribuir a crear un mundo sostenible.
- Valores. Befesa ha desarrollado una serie de principios en los que basa su código ético. Se fomenta el conocimiento y la aplicación de esos valores y se establecen mecanismos de control y revisión que garanticen su correcto seguimiento y actualización.

**Integridad.** El comportamiento honrado en todas las acciones del personal, dentro y fuera de la empresa. El comportamiento mostrado aumentara la credibilidad y un aumento en calidad de la marca ante los clientes, proveedores, accionistas y otros grupos de interés.

**Legalidad.** El cumplimiento de las leyes es una obligación. Este cumplimiento aporta seguridad y reduce riesgos.

**Rigor profesional.** Todas las actuaciones realizadas han de realizarse bajo un rigor y una responsabilidad profesional, guiadas por unos principios de gestión. Desempeñar la actividad y desarrollar el proyecto empresarial.

**Confidencialidad.** Las personas que trabajan en la empresa han de ser discretos y prudentes en sus comunicaciones y relaciones con terceros.

**Calidad.** Compromiso con la calidad en todas las actuaciones, tanto internas como externas. Para conseguir una alta calidad ha de trabajar toda la organización unida y en base a un trabajo diario

### **2.3.- MARCO NORMATIVO Y PRINCIPAL MODELO. NORMATIVA**

Desde hace años, aunque sobre todo durante estos últimos quince años, se han desarrollado varias guías de conducta y de comportamientos para las empresas con respecto a la RSC.

En este apartado se estudiará en primer lugar el organismo de la Comisión Europea, responsable de incentivar la RSC en las grandes empresas y en las Pymes de los países miembros, cuáles son los objetivos marcados y su línea de acción. La *Comisión Europea* utiliza directrices en las que las políticas europeas en materia de RSC han de apoyarse:

Los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas firmados en el 2000 por más de 130 países. La ONU pide a través de estos principios adoptar a las empresas una serie de valores fundamentales, las Líneas directrices de la OCDE para las empresas multinacionales, la política social de la Organización Internacional del trabajo (OIT), la norma de orientación ISO 26000 y la guía GRI.

Estas normativas no son de obligado cumplimiento y por supuesto son inferiores a las legislaciones nacionales o internacionales, pero toda empresa que quiera ser socialmente responsable deberá cumplir sus principios. Todas ellas son dignas de estudio, en ellas se enuncian los comportamientos y modelos de conducta necesarios para tener éxito en la RSC.

A continuación se hará una breve referencia a cada una de estas instituciones y a sus respectivas normativas sobre RSC.

### **2.3.1. Comisión Europea**

La Comisión Europea, como institución de la Unión Europea (UE), es la encargada de representar y defender los intereses de esta, elaborando propuestas de nueva legislación, gestionándolas y poniéndolas en práctica.



En materia de RSC los resultados están siendo positivos dentro de la UE, pero según la Comisión Europea estos datos no se dan en todos los países miembros de la misma manera, solo quince de sus veintisiete países tienen políticas nacionales para promover la Responsabilidad Social Económica (RSE). Por esta razón la CE trata de promover más la RSC, tratando de conseguir los siguientes objetivos entre los años 2015 y 2020:

- El incremento del número de empresas que han suscrito los diez principios de RSE del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Han aumentado de 600, en 2006, a más de 1.900, en 2011.
- El número de organizaciones que tienen sitios registrados en el Sistema de Gestión y Auditoría Medioambientales (EMAS). Han pasado de 3.300, en 2006 a más de 4.600, en 2011.
- Las empresas de la UE que han suscrito acuerdos de empresas transnacionales con organizaciones de trabajadores europeas o mundiales sobre asuntos de normas laborales, cuyo número se ha incrementado de 79, en 2006, a más de 140, en 2011.
- El grado de adhesión a la Iniciativa de Cumplimiento Social de las Empresas para mejorar las condiciones de trabajo en sus cadenas de suministro, que ha aumentado de 69, en 2007, a más de 700, en 2011.
- El número de empresas europeas que publican informes sobre Sostenibilidad, siguiendo las directrices de la Iniciativa Global para la presentación de Informes, que ha pasado de 270, en 2006, a más de 850, en 2011.

Como podemos ver, los objetivos se van consiguiendo poca a poco. Esto es debido a un “Programa de acción” llevado a cabo por la Comisión Europea entre los años 2011 y 2014. Para el cumplimiento de estos objetivos la CE pide ayuda a los líderes empresariales, poderes públicos y otras partes interesadas.

Este programa de la CE se basa en ocho puntos que resumo a continuación:

- Mejorar la visibilidad y la difusión de buenas prácticas de RSC.
- Aumentar la confianza de los ciudadanos en las empresas, perseguir los comportamientos engañosos y mejorar la comunicación entre estas y los clientes.
- Ampliar la eficacia de la RSC a través de buenas prácticas de autorregulación y corregulación.
- Mejorar la recompensa de la RSC en el mercado impulsando políticas en el ámbito del consumo, la contratación pública y la inversión.

- Divulgar la información de carácter social y medioambiental en los informes anuales que publican las empresas. Aproximadamente 2.500 empresas publican Memorias de RSC o de Sostenibilidad, representan un porcentaje reducido de las 42.000 grandes empresas.
- Fomentar la RSC en la educación, la formación y la investigación.
- Insistencia en las políticas nacionales, regionales y locales de RSC en apoyo de la estrategia Europa 2020, aplicando los Fondos Estructurales de la UE para desarrollar la RSC, especialmente entre las PYMES.
- Animar al cumplimiento de directrices como las Líneas Directrices de la OCDE para empresas multinacionales, la Guía ISO 26000 y la política social de la OIT.

### **2.3.2. Diez principios básicos de la RSC. Pacto Mundial**

En el año 1999 se firmó el Pacto Mundial anunciado en el Foro Económico Mundial, en dicho pacto se pidió a las empresas que hicieran suyos diez principios básicos, nacidos de cuatro marcos diferentes. Cada marco deriva de otras normativas anteriores, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración de la Organización Internacional de Trabajo (OIT), la Declaración de Río sobre el medio ambiente de 1992 y la Convención de la Naciones Unidas contra la corrupción adoptada en el 2003.

El objetivo de la firma de estos diez principios en el Pacto Mundial es ver el progreso que realizan cada uno de los países en cada uno de los principios, autoevaluándose y como un ejercicio de responsabilidad y de transparencia. El progreso realizado será comunicado a los grupos de interés.

A continuación se presentarán los diez principios básicos. Estos principios se dividen dentro de cuatro marcos.

#### *Derechos humanos*

- *Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.*
- *Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.*

#### *Normas laborales.*

- *Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.*
- *Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.*

- *Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.*
- *Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.*

#### *Medio Ambiente.*

- *Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.*
- *Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.*
- *Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.*

#### *Anti corrupción*

- *Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.*

La comunidad empresarial tiene la responsabilidad de proteger los derechos humanos, tanto en el lugar de trabajo, como en los lugares en los que se ejerce su influencia.

El Pacto Mundial acuerda que se garantiza el respeto a los derechos humanos cuando:

- Se promueven condiciones laborales seguras.
- No se discriminan prácticas personales.
- Se previene el desalojo forzado de individuos, grupos o comunidades.
- Se trabaja para proteger la economía de las comunidades locales; entre muchas otras medidas.

Existen diferentes formas de ser cómplice de una violación de los derechos humanos. Una complicidad directa, estando la empresa inmersa en la situación de violación de los derechos humanos. También se dan los casos donde la empresa es beneficiada sin participar directamente o calladamente, donde a pesar de conocer dichas violaciones no actúa contra estas.

Las empresas han de respetar el camino marcado por las guías internacionales y condenar públicamente todo tipo de abuso de los derechos humanos.

La libre asociación y el dialogo entre las partes puede ser positivo. Los trabajadores tienen derecho a formar sindicatos, de esta manera podrán negociar con las empresas y llegar a acuerdos que beneficien a ambas partes.

*“Muchos estudios demuestran que la dinámica resultante de la libre asociación puede aumentar la productividad, las ganancias y los beneficios para todos los interesados”.*

La empresa debe apoyar y facilitar la organización de los empleados, también ayudar a los representantes a llevar a cabo sus trabajos. Los empleados estarán contentos y la empresa será vista con mejores ojos.

Además de ser ilegal e inmoral el trabajo forzado disminuye el nivel de productividad y de crecimiento económico para la sociedad en general.

En todo el mundo es conocido este problema, más común en países subdesarrollados. Muchos niños se ven obligados a trabajar por la necesidad de llevar dinero a casa, por la falta de oportunidades y también en muchos casos son directamente obligados y forzados. Este problema es una lacra para los niños y para la sociedad en general tanto en la actualidad como en el futuro, ya que parte de una generación sin estudios y explotada. Las empresas son las primeras que han de tomar acciones contra esta situación, cumpliendo las leyes nacionales o internacionales, en caso de ser estas insuficientes, denunciar los casos de explotación descubiertos y apoyar programas de desarrollo para los niños.

La discriminación para el Pacto Mundial es toda distinción, exclusión o preferencia que no permita ofrecer las mismas posibilidades y oportunidades o distingan en el trato en un empleo u ocupación. Discriminación por sexo, raza, religión, nacionalidad, por ejemplo.

Es más efectivo prevenir los daños ecológicos que luego tener que arreglarlos, siempre y cuando no sean irreversibles. Prevenir ahorra costes a largo plazo, posibles consecuencias jurídicas y otorgar beneficios como la imagen de marca. Varias acciones son las que se han de llevar a cabo para incentivar la prevención y las empresas han de realizar.

- Anticipación preventiva. Para prevenir no es necesario que existan pruebas científicas de que realmente existe riesgo.
- Salvaguardar el 'espacio' ecológico. Uso razonable de los recursos.
- Repuesta proporcional. La prevención no solo es costosa, sino que puede llegar a ahorrar mucho dinero.
- Obligatoriedad del cuidado.
- Promover los derechos naturales intrínsecos. Promulgar el cuidado y el respeto por los recursos humanos.
- Pagar la deuda ecológica. "responsabilidad común pero diferenciada", contenido en la Convención de las Naciones Unidas sobre el cambio climático. Esta forma es de responsabilizar a las empresas.

La Cumbre de la Tierra en 1992 atrajo la atención a tres puntos importantes: El daño que sufren muchos ecosistemas, la amenaza de que mengüe la capacidad del planeta de mantener vida en el futuro y nuestra capacidad de mantener un desarrollo económico y social a largo plazo.

Para llevar a cabo estos puntos es necesario inversión, investigación y desarrollo de estos a largo plazo. Estas tecnologías pueden hacer reducir costes en la compra de materias primas, ahorrar energía y realizar una producción más efectiva, en conclusión, obtener una ventaja competitiva frente al resto. A esto hay que añadir la imagen de marca y los nuevos mercados que se nos pueden abrir gracias a estas tecnologías.

Las empresas de RSC tiene otros ámbitos que han de tener en cuenta y que son igual de importantes que los anteriormente mencionados. La AECA presenta unos principios básicos propuestos en este Marco Conceptual: transparencia, materialidad, verificabilidad, visión amplia, mejora continua y naturaleza social de la organización.

- *Transparencia.* Informar a la sociedad de las acciones que se llevan a cabo, de esta forma los ciudadanos podrán castigar o premiar según qué acciones. La transparencia es clave para tener una buena relación con los grupos de interés.
- *Materialidad.* Importancia que le dan las empresas a las necesidades de los grupos de interés. Para que una empresa cumpla con este principio también ha de cumplir con la triple dimensión, es decir, asumir la dimensión económica, social y medioambiental.
- *Verificabilidad.* La verificabilidad está fundamentada en la posibilidad de que expertos independientes puedan comprobar las actuaciones de la empresa.
- *Visión amplia.* La empresa ha de tener en cuenta que sus acciones tendrán repercusión a nivel global. El mayor o menor impacto a nivel local, regional o mundial dependerá de factores como la actividad, localización, tamaño de la organización.
- *Mejora continua.* Las actividades responsables no deben buscar el beneficio a corto plazo, sino la viabilidad del proyecto y el beneficio a largo plazo.
- *Naturaleza social de la organización.* La persona es el factor más importante dentro de la empresa, se ha de cuidar y respetar. El carácter social de la empresa ha de ser más importante que los valores económicos

Si bien este pacto es el más famoso, en septiembre del año 2000, también se firmó la Declaración del Milenio, donde ocho eran los temas a resolver para el año 2015:

Pobreza, enseñanza primaria, igualdad, mortalidad infantil, salud materna, VIH/SIDA, medio ambiente y desarrollo.

### **2.3.3. OCDE. Líneas directrices para empresas Multinacionales**

Las empresas multinacionales tienen un gran poder en todos los ámbitos, económico, social y medioambiental. Muchos han sido los casos donde el comportamiento de estas empresas no ha sido el correcto, aprovechándose de las leyes permisivas de otros países, de instituciones de control corruptas y de la falta de información. Por este motivo es importante que el comportamiento de estas empresas con tanto poder esté regulado y este sea lo más beneficioso posible. Este tipo de empresa tiene una fuerte responsabilidad con los países donde actúan, un compromiso con el área geográfica y con la sociedad de la zona. También al ser grandes empresas producen impactos mayores en el medio ambiente, con lo que su responsabilidad ha de ser mayor.

*“Trabajamos para entender que es lo que conduce al cambio económico, social y ambiental. Medimos la productividad y los flujos globales del comercio e inversión. Analizamos y comparamos datos para realizar pronósticos de tendencias. Fijamos estándares internacionales dentro de un amplio rango de temas de políticas públicas”*

*Organización para la cooperación y Desarrollo Económicos, 1961*

La OCDE plantea 10 principios para regular y guiar el comportamiento de las multinacionales, algunos de ellos son similares a los principios del Pacto Mundial, pero estos están más enfocados al comportamiento de las empresas multinacionales.

- *Publicación de informes. Resultados financieros, objetivos, participaciones significativas, políticas, factores de riesgo, auditoría interna.*
- *Derechos humanos. Los estados y las empresas están obligados a cumplir con estos.*
- *Empleo y relaciones laborales. Libertad total de afiliación, abolición del trabajo infantil y del trabajo forzado, igualdad entre trabajadores.*
- *Medio ambiente. Teniendo en consideración los acuerdos, principios, objetivos y normas internacionales relevantes, la necesidad de proteger el medio ambiente, la salud y la seguridad públicas y de realizar, en general, sus actividades de una manera que contribuya al objetivo más amplio del desarrollo sostenible.*
- *Lucha contra la corrupción, las peticiones de soborno y otras formas de extorsión. No deberán ofrecer, prometer o conceder ventajas indebidas, pecuniarias o de otro tipo, elaborar y adoptar mecanismos de control interno, que se informaran a los empleados, mejorar la transparencia en sus actividades de lucha contra la corrupción y no deberán realizar contribuciones ilícitas a candidatos a cargos públicos ni a partidos políticos u otras organizaciones políticas.*

- *Intereses de los consumidores. En sus relaciones con los consumidores, las empresas deberán actuar siguiendo unas prácticas comerciales, de marketing y publicitarias leales y deberán adoptar todas las medidas razonables para garantizar la calidad y la fiabilidad de los bienes y servicios que proporcionan.*
- *Ciencia y tecnología. Contribuyen a fomentar la capacidad de innovación de los países de acogida cuando producen nuevas tecnologías, asegurando su difusión y facilitando igualmente su utilización por las empresas e instituciones nacionales.*
- *Competencia. Las empresas multinacionales, en muchos casos más fuertes que las nacionales deberán respetar las leyes con respecto a la competencia y competir de una manera leal contra el resto de empresas.*
- *Fiscalidad. Es importante que las empresas contribuyan a las finanzas públicas de los países de acogida efectuando el pago puntual de sus deudas fiscales.*

#### **2.3.4. Norma ISO 26000**

La Organización Internacional para la Estandarización 26000 (Norma ISO 26000), se publicó el 1 de noviembre del 2010. Orienta hacia los principios de RSC, indicando las materias fundamentales y sobre las maneras de implementar la RSC en la actividad y gestión interna de la organización. Es el estándar de RSC más consensuado internacionalmente. Sobre la base de esta normativa se espera ir fortaleciendo la generalización de la RSC a nivel global.

*Los siete principios en base a la RSC utilizados como guía de comportamiento para las empresas son la responsabilidad, transparencia, comportamiento ético, respeto a las partes interesadas, respeto a la ley, normativa internacional y a los derechos humanos.*

Esta normativa ha conseguido varios logros en materia responsable, definidos por el Observatorio de RSC.

Definición universal y diferenciada de temimos como filantropía o caridad; La RSC se ha de llevar a cabo por cualquier tipo de empresa; No solo cumplir las leyes, dar un paso más; Entender la responsabilidad que tienen las empresas con su entorno; Definir los grupos de interés; Determinar hasta donde llega la esfera de influencia de la empresa; Prácticas adecuadas a integrar en una sociedad; Reforzar la importancia de la transparencia.

*Observatorio de RSC sobre la Guía ISO 26000*

### **2.3.5. Organización Internacional del Trabajo**

Como se puede imaginar la Organización Internacional del Trabajo (OIT) se encargará de todos los asuntos relacionados con el bienestar de los trabajadores y de asegurar la igualdad y las buenas acciones dentro de la empresa.

La OIT define su misión y sus objetivos. *“Esta organización está consagrada a promover la justicia social y los derechos humanos y laborales reconocidos a nivel internacional, la Organización, prosiguiendo su misión fundadora: la paz laboral es esencial para la prosperidad. En la actualidad la OIT favorece la creación de trabajo decente y las condiciones laborales y económicas que permitan a trabajadores y a empleadores su participación en la paz duradera, la prosperidad y el progreso. Su estructura tripartita ofrece una plataforma desde la cual promover trabajo decente para todos los hombres y mujeres. Sus principales objetivos son: fomentar los derechos laborales, ampliar las oportunidades de acceder a un empleo decente, mejorar la protección social y fortalecer el diálogo al abordar temas relacionados con el trabajo”.*



### **2.3.6. Global Reporting Initiative. Guía GRI**

Por último mencionar también la guía GRI, para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. Esta guía es la encargada de guiar a las empresas para presentar memorias de sostenibilidad, sobre el desempeño económico, ambiental y social de las organizaciones.

Este marco legal orienta a la elaboración de memorias, indica los principios necesarios a cumplir por las memorias y los indicadores de cada uno de los tres desempeños que lleva a cabo la empresa.

Orientación para la elaboración de memorias de sostenibilidad:

- Se ayuda a las organizaciones a presentar una visión equilibrada y razonable de su actuación económica, ambiental y social.
- Se promueve la posibilidad de comparación de memorias de sostenibilidad
- Se apoyan la evaluación comparativa y la valoración de la sostenibilidad en lo referente a códigos, normas de actuación e iniciativas voluntarias; y
- Se pretende facilitar la interacción con las partes interesadas.
- Códigos de conducta, políticas internas, normas, iniciativas voluntarias de terceros y sistemas de gestión.

Principios para elaborar una memoria correctamente:

Para realizar una correcta memoria, en primer lugar esta ha de ser transparente y global. El contexto de sostenibilidad, exhaustividad y relevancia son fundamentales para determinar el contenido de las memorias. Los principios que definen la calidad y la veracidad del contenido de las memorias son la neutralidad, comparabilidad y precisión, la claridad y periodicidad definen el acceso y la disponibilidad de las memorias. Por último el principio de auditabilidad guarda relación con otros principios como los de comparabilidad, precisión, neutralidad y exhaustividad.

La guía GRI nos muestra cómo poder evaluar el desarrollo de nuestra empresa apoyándonos en una serie de indicadores, indicadores integrados que posibiliten la evaluación de tendencias de las relaciones entre el sistema económico, social, institucional y ambiental e indicadores de desarrollo de cada una de las dimensiones.

#### *Indicadores integrados*

- Sistémicos. Se refieren a las actividades de una organización con respecto a los grandes sistemas económicos, ambientales y sociales de los que forma parte. Da la posibilidad de observar la influencia que tiene una organización dentro del sistema al que pertenece.
- Transversales. Relacionan de manera directa dos o más dimensiones de la actuación económica, ambiental y social en forma de ratio.

#### *Indicadores económicos*

Los indicadores financieros se centran principalmente en la rentabilidad de una empresa, con el objetivo de informar a su dirección y a sus accionistas. Por el contrario, los indicadores económicos, tal y como se entienden en la memoria, estudian el modo en que las organizaciones afectan a las partes interesadas con las que interactúan de manera directa e indirecta.

#### *Indicadores de desempeño social.*

La dimensión social de la sostenibilidad está relacionada con los impactos que una organización causa en los sistemas sociales dentro de los que actúa. La actuación social puede ser valorada mediante un análisis de los impactos que una organización provoca en las partes interesadas dentro de un contexto local, nacional y mundial. En ocasiones, los indicadores sociales influyen en ciertos activos intangibles, como el capital humano y la reputación.

Este tipo de indicadores se apoyan en organizaciones como la OIT y la OCDE.

#### *Indicadores desempeño ambiental.*

Los aspectos ambientales de la sostenibilidad están relacionados con los impactos de las organizaciones en los espacios naturales, tanto habitados como no habitados, los ecosistemas, la tierra, el aire y el agua. Estos aspectos han obtenido el mayor grado de consenso de las tres dimensiones de las que se compone la sostenibilidad.

## **2.4. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN ESPAÑA**

La RSC ha ganado progresivamente más protagonismo en la agenda de prioridades europeas. Los gobiernos europeos entienden la necesidad de que las empresas tengan en cuenta las preocupaciones sociales y medioambientales y su comportamiento sea ético con esto. De esta manera pretenden maximizar beneficios y minimizar riesgos.

Cada gobierno ha de hacer todo lo posible por instaurar la RSC dentro del sistema empresarial de su país. Para esto ha de tener una legislación que condene los comportamientos no sociales y favorezca la responsabilidad empresarial, sepa diseñar políticas de impulso y hacer cumplir la legislación. Esto puede ser un tema de debate.

La normativa ISO 26000 sobre Responsabilidad Social incluye y define el rol del estado, considerando que este debe penalizar aquellas empresas que tengan comportamientos irresponsables, así como premiar aquellas que tengan un impacto positivo en la sociedad.

En el proyecto de Ricardo Fernández (2009) “Responsabilidad Social Corporativa” (Editorial Club Universitario) se ve las diferentes acciones de los gobiernos europeos en materia de RSC. En el caso británico, se ha facilitado un marco fiscal favorable para incentivar las iniciativas empresariales responsables. Suecia trata de implicar de manera prioritaria a las empresas públicas en la RSC y las empresas de cierto tamaño deben presentar de manera obligatoria junto con sus balances financieros un informe de impacto ambiental. Francia ha sido uno de los países pioneros en el desarrollo normativo mientras que Alemania se ha centrado más en propuestas de carácter voluntario.

Según el Anuario de Sostenibilidad 2013, que será presentado por RobecoSAM<sup>1</sup> en colaboración con KPMG<sup>2</sup> en el Foro Económico Mundial que se celebra en Davos, España ocupa el cuarto lugar en el medallero internacional de empresas más sostenibles en 2013. Estas medallas se conceden a empresas auditadas en función a su comportamiento responsable.

José Luis Blasco, socio responsable de Cambio Climático y Sostenibilidad de KPMG en España, afirma: "Las empresas van a atravesar una etapa de oportunidades y riesgos sin precedentes debido a un potente cóctel de mega fuerzas, formado por el cambio climático, el aumento de la población, la escasez de agua, la urbanización y la degradación del medio ambiente. Las empresas con buenas calificaciones sostenibles ante los ojos de los inversores se encuentran mejor preparadas para afrontar estos retos y prepararse para el futuro"

---

<sup>1</sup> RobecoSAM ofrece servicios de gestión de empresas privadas e instituciones inversionistas.

<sup>2</sup> Es una red global de firmas de servicios profesionales que ofrece servicios de auditoría, fiscales y de asesoramiento financiero y de negocio en 156 países.

El Eurobarómetro del año 2013 publicado por la UE refleja cómo influyen las empresas las empresas en la sociedad. Solo el 23% de los españoles se considera informado sobre la RSC, pero el 75% tiene interés por conocer, lo que nos hace ver que la comunicación no es la deseada. Este barómetro indica que los ciudadanos tienen actitudes favorables a la RSC.

Para la Estrategia Española de Responsabilidad Social Corporativa (Borrador 2003), existen diez líneas de actuación por parte del gobierno para afianzar la RSC tanto en el ámbito privado como público. Además de las líneas de actuación también se desarrollan los objetivos a conseguir por parte de la empresa privada y de las administraciones públicas. Estos objetivos que se pretenden conseguir por parte del gobierno en materia responsable son:

- Promoción de la RSC como elemento impulsor de organizaciones más competitivas y productivas.
- Integración de la RSE en la educación, la formación y en la investigación.
- Aumento de la confianza y fortalecimiento de la Marca España.
- Gestión responsable de los recursos humanos y fomento del empleo de calidad.
- Inversión socialmente responsable.
- Innovación sostenible e inversión en I+D+i, relación con los proveedores y fomento del emprendimiento.
- Consumo responsable.
- Respeto al medioambiente.
- Coordinación, participación y cooperación al desarrollo.

Con este comportamiento responsable las empresas querrán conseguir unos objetivos que serán diferentes en función de si son empresas privadas o públicas. Para la Estrategia Española de RSC de las empresas las prioridades de las empresas privadas y de las administraciones públicas son:

Prioridades para las empresas privadas. Empleo de calidad, gestión responsable, innovación, aumento de la productividad y la competitividad, respeto al medioambiente y desarrollo sostenible.

Prioridades para las administraciones públicas. Orientar, coordinar, apoyar, expandir y representar la marca España, actuación ejemplar, acciones divulgativas y de información y anticipar posibles riesgos.

Hasta aquí se ha pretendido mostrar qué se entiende por RSC y el desarrollo normativo que ha tenido tanto en Europa como más concretamente en España. A continuación se propone a indagar cómo se está llevando a cabo en la práctica profesional española para conocer y comprender, de primera mano, cuáles son las luces y las sombras de su aplicación.

### **3. ANÁLISIS DE LOS CASOS EMPRESARIALES**

En este tercer punto veremos la parte más práctica del trabajo, para ello estudiaremos dos empresas aloragonesas, *Plásticos Escanero* y *Frogtek*, según los aspectos desarrollados en la primera parte de este trabajo.

El objetivo general de este análisis es comprender mejor el desarrollo empresarial de la RSC. Como objetivos más concretos se plantean conocer qué se entiende desde la práctica empresarial por RSC, cuáles son las facilidades y dificultades encontradas por las empresas para integrarla entre sus estrategias, qué tipo de acciones se están llevando a cabo para su desarrollo empresarial y hacia dónde debe dirigirse la RSC para adaptarse a los nuevos tiempos.

Ambas tienen en común que han integrado a su estrategia la RSC, cada una de una forma diferente, pero ambas con cualidades similares como el uso de la innovación, expansión de ideas y una cierta característica que las diferencia del resto de sus competidores. Plásticos Escanero basa parte de su producción en el reciclado mientras que Frogtek utiliza la tecnología para ayudar al pequeño comerciante de países en desarrollo.

En primer lugar se presentara cada una de las empresas para conocerlas mejor, gracias a la información obtenida en sus respectivas webs. Aquí se verá un poco de su historia, forma de trabajar y sus diferentes actividades. Esta parte es más objetiva e informativa de las empresas.

Antes de que se analice la entrevista se explicará el porqué de las preguntas y que se trata de conseguir con cada una de ellas. Estando relacionadas estas con lo anteriormente tratado en el trabajo.

En tercer lugar, gracias a la colaboración de Carlos Escanero y Guillermo Caudevilla propietario y director del área tecnológica de Plásticos Escanero y Frogtek respectivamente como ya se indicó anteriormente, quienes me han permitido realizarles una pequeña entrevista con el propósito de conocer su opinión sobre las cuestiones que se quieren analizar respecto a la RSC. Las preguntas de la entrevista son las que se presentan a continuación y hacen referencia a los objetivos de mi estudio.

En último lugar se analizarán cada una de sus respuestas, comparándolas entre sí, apreciando mejor sus similitudes y diferencias de opinión, teniendo la oportunidad de extraer conclusiones de esta comparación.

### **3.1.- PRESENTACIÓN DE LAS EMPRESAS**

#### **Plásticos Escanero**

Para hablar de esta empresa se ha recopilado información ofrecida por la empresa en su propia página web (<http://www.pesl.es/es/>), donde existe información sobre a historia de la empresa, actividad desarrollada y productos producidos.

Esta empresa altoaragonesa., fue creada por Ángel y Carlos Escanero, propietarios de *Plásticos Escanero* tras la fusión de Plásticos la Corona S.L. e Industrias de la Resina S.A, en el año 1995, englobando las diferentes actividades que ambas realizaban. Hoy en día, conocida por el acrónimo PESL, es líder en el sector de la extrusión e inyección de todo tipo de plásticos. El gran crecimiento que ha obtenido la empresa se debe a su alta innovación, ya en 2011 *Plásticos Escanero* recibió, del Instituto Aragonés de Fomento (IAF), el premio a la Empresa Innovadora, también a la alta inversión en tecnología y a su visión de futuro con respecto al reciclaje y a una estrategia responsable que le ha llevado a obtener grandes beneficios, así como una alta diferenciación. Además, hay que señalar que la inversión en I+D+i es una de las principales razones que explica el fuerte crecimiento de la empresa en los diez últimos años, en los que los ingresos han pasado de 115.000 euros a más de cinco millones. Crecimiento-internacionalización-innovación tras la caída de la demanda en España, lo que obliga a crecer en los mercados externos y llevar a cabo una estrategia diferenciada, de alta innovación y con margen en costes.



En el año 2012 Ángel Escanero fue galardonado con el premio “Mejor Empresario Joven de Aragón”. Como el mismo premiado reconoció, “*creo que se ha valorado a empresas que estén innovando, que quieren hacer algo diferente*”

Valores de la empresa:

- Trabajo en equipo, proximidad y colaboración interna.
- Espíritu innovador.
- Orientación al cliente.
- Calidad y orientación a resultados.
- Esfuerzo es la base para el éxito y el logro de los objetivos propuestos.

RESL es una de las pocas empresas homologadas por la autoridad competente para realizar reciclaje, esto ofrece una calidad de marca y también ventaja en caso de que sea obligatorio en un futuro este tipo de homologación. Entre los beneficios obtenidos por la utilización del reciclaje están la menor contaminación en el proceso de fabricación,

utilización de menos recursos, imagen de marca, ayuda a la vez que se aprovecha de la recogida de residuos de otras empresas, posibilidad de fabricar otros productos, disminución de costes, mayor eficiencia.

- Según un estudio realizado por la compañía, las empresas transformadoras que trabajan con plásticos reciclados pueden mejorar sus beneficios netos hasta en un 60%.
- Eficiencia de los recursos (agua, energía, materias primas, transporte). Ha reducido en más de un 50% el consumo energético.
- Productos y servicios innovadores. Ha desarrollado en exclusiva granzas WPC biodegradables. Desarrolla bajo patente europea un nuevo plástico 100% biodegradable y de coste muy reducido.

## Frogtek

Principalmente se ha sacado la información relacionada a Frogtek de su web ([Frogtek.org](http://Frogtek.org)), aunque también se han utilizado otras fuentes como el blog del departamento de tecnología de Frogtek y un artículo de la revista “Innovación social” (2009) donde aparece una entrevista de Carmen Bartolomé a David del ser.

Esta empresa supo ver un problema que muchos no lo consideraban como tal en su país, pero que si lo es en países subdesarrollados, donde la educación y las posibilidades tecnológicas son muy diferentes. *Frogtek* observó que a pesar de vender gran parte de los productos en el mundo, los pequeños negocios en economías emergentes son muy ineficientes, están pobresmente formados, no tienen acceso a tecnología, ni a economías de escala, convirtiéndose esto en un problema no sólo para ellos, sino también para los clientes, que pagan más caros los productos, y para las grandes empresas fabricantes y distribuidoras, que venden a través de este canal ineficiente y del cual no se pueden aprovechar de la información que produce.



*Frogtek* es el claro ejemplo de cómo la innovación y la tecnología pueden ayudar a la sociedad si se les da el uso adecuado. Gracias a la tecnología es posible proporcionar gran cantidad de información

de una forma rápida, sencilla y relativamente barata. En los países occidentales estamos atados al uso de alta tecnología para uso recreativo, lo cual en vez de hacernos crecer, tiene unos efectos casi contrarios. Por otro lado, la utilización de esta tecnología es la única forma de poder subsistir para pequeñas empresas ante las grandes multinacionales, depredadoras y poseedoras de grandes flujos de información, estrategias de mercado y poder. Para resolver este problema han desarrollado aplicaciones para dispositivos móviles dirigidas a los micro-emprendedores de países en

desarrollo. La empresa trata de mejorar la rentabilidad de estos negocios dotándolos de herramientas avanzadas para su gestión, proporcionando formación on-line y abriendo nuevas líneas de productos (micro-créditos, recargas telefónicas...). Trata, además, de agregar los datos de gestión generados por los comerciantes, procesándolos para inyectar información en la cadena de valor que nutre de productos de primera necesidad a una gran parte de la población mundial más desfavorecida.

¿Cómo definirías Frogtek?

*“Frogtek es una empresa social que está desarrollando herramientas de contabilidad para pequeños tenderos del tercer mundo, utilizando teléfonos Android<sup>3</sup>(los que acaba de sacar Google). Con un software muy sencillo e intuitivo y utilizando la pantalla táctil del teléfono, nuestra herramienta permite la captura de todas las transacciones que ocurren en una tienda. Una vez captada, la información es procesada para permitirle al tendero comparar precios de sus suministradores, analizar inversiones y conocer la situación contable del negocio.”*

*David del Ser (Marzo 2009) Revista Innovación Social*

Por último reseñar algunas de las actividades llevadas a cabo por la empresa:

- Creación de una red donde recopilar información, ampliar nuevas líneas de negocio e integrar el negocio con la banca móvil, así poder cobrar o pagar a través del móvil.
- Tiendatek permite llevar las cuentas y el inventario directamente desde el Smartphone o la tablet.
- Para las grandes empresas distribuidoras el valor es también evidente ya que les permite obtener información sobre lo que está pasando en una cadena de distribución y un mercado tradicionalmente opacos. Permitirá evaluar los resultados de estos pequeños comercios.
- Mejor servicio para el cliente final e incluso bajada de precios en productos de primera necesidad (eliminación de la “Poverty Penalty”<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Sistema Android. Android es un sistema operativo basado en Linux, diseñado principalmente para dispositivos móviles con pantalla táctil.

<sup>4</sup> Poverty Penalty. La penalización de la pobreza describe el fenómeno de que los pobres tienden a pagar más para comer, comprar y pedir que los ricos. Esto se refiere a los comerciantes minoristas, ya que estos no pueden aprovecharse de la economía de escala, ofertas y otros factores de los que si obtienen beneficio los grandes mayoristas.

### **3.2 PROPUESTAS DE ANÁLISIS**

Para el análisis de la aplicación de la RSC en dos empresas se ha diseñado un cuestionario que tiene como referencia las cuestiones planteadas en los apartados anteriores. Para ello se proponen las siguientes preguntas.

- 1. ¿Cómo definiría su empresa, a qué se dedica básicamente y cuál cree que es su característica principal?**
- 2. ¿Cuándo nació la empresa? ¿Dónde os ubicáis actualmente? ¿Cuántos empleados sois?;**

Con estas dos primeras preguntas se trata de conocer un poco mejor estas dos empresas. Toda empresa responsable tiene un carácter diferencial, por ello la pregunta de su característica principal. También es importante saber cómo es la empresa de la que se habla porque así se verá si la integración de la RSC en la organización es diferente en función del tipo de organización. Se analizará si afecta el número de empleados, los países donde se trabaja o la antigüedad de la empresa a la hora de establecer la RSC.

- 3. ¿Qué objetivo tenéis en un futuro, hacia donde queréis llegar?**

Con esta pregunta se busca que el empresario nos indique si el futuro de su empresa irá ligado a la RSC, indicando las posibilidades de negocio que esta ofrece y si le resulta viable a largo plazo este modelo responsable.

- 4. ¿Para usted que es la RSC y qué acciones concretas llevan a cabo con relación a la RSC?**

Se conocerá la opinión experta y fruto de la propia experiencia sobre la RSC. Con esta pregunta se conocerá que acciones llevan a cabo, si estas son las mismas que hemos estudiado, también si cumplen con las normativas vistas y los resultados que les proporcionan realizar estas acciones.

- 5. ¿Reciben apoyos de las instituciones debido a que han integrado a su empresa un sistema que favorece a la sociedad?**

- 6. ¿Cree que la sociedad valora las empresas responsables?**

Se ha hablado de los grupos de interés, de la importancia de la sociedad y de los gobiernos para incentivar que las empresas desarrollen una estrategia responsable. Se conocerá que incentivos reciben ambas empresas por parte de las instituciones y que imagen tienen estos empresarios sobre el valor añadido que ofrece la sociedad a su labor y a la RSC en general.

- 7. ¿Cuál cree que es el futuro de las empresas responsables? ¿Afectará la crisis en la decisión de invertir en RSC? ¿Es rentable para las empresas invertir en RSC?**

Dependiendo de las respuestas a las preguntas anteriores se puede hacer uno una idea de cómo se responderá a estas otras preguntas.

Es imprescindible ver cómo ven el futuro los propietarios de estas empresas. Permitirá hacerse una idea hacia qué dirección se dirigirán los empresarios y la situación que se espera en un futuro. Se verá que comportamientos son los adecuados para un futuro deseado.

No se podía dejar pasar la oportunidad de preguntar sobre la crisis, tema de actualidad y que tanto ha afectado a las empresas. La cuestión es si las empresas preferirán no invertir en RSC por problemas económicos o al contrario la RSC será una oportunidad de negocio y de diferenciación del resto de las empresas, conociendo cuáles son esos aspectos positivos que ofrece la RSC frente a la crisis.

#### **8. ¿Para las Pymes les es posible incorporar a su negocio una estrategia responsable?**

Como ya se ha visto es más complicado implantar una estrategia responsable para una pyme que para una gran empresa. Las posibilidades económicas, tecnológicas, recursos humanos, posibilidades de información y otros factores que una pequeña pyme no tiene a su disposición. Sin embargo, estas todavía siguen teniendo una gran importancia en el mercado, siendo importante que ellas también adopten la RSC a su modelo de mercado.

### 3.3 ANALISIS DE LOS CASOS

En este apartado se expondrán las respuestas por parte de la empresa Frogtek y Plásticos Escanero a las preguntas anteriormente mencionadas. Después de las respuestas se realizará un pequeño análisis de las respuestas de cada uno, relacionándolas con las ideas vistas en el trabajo y observando las coincidencias o discrepancias en sus respuestas.

PREGUNTAS	
<b>1. ¿Cómo definiría su empresa, a qué se dedica básicamente y cuál es su característica principal?</b>	
FROGTEK	PLÁSTICOS ESCANERO
<p>Nuestro objetivo principal es ayudar a todas las personas que tienen pequeños negocios en países emergentes y del tercer mundo, aunque la empresa sea con ánimo de lucro. Es una empresa responsable, no por tener un departamento especializado en RSC, sino por incorporar la responsabilidad en toda la empresa en sí, con los empleados, los clientes, con los proveedores y siempre que se pueda.</p> <p>En Frogtek tenemos un doble objetivo de negocio, uno es la creación de un dispositivo móvil que ayude a los tenderos a tomar decisiones, al tener todos los datos de todas las tiendas de nuestra red podemos conocer cuáles son los productos que más necesitan, llevando un inventario "just in time". Tenemos casos de tenderos que debido a una promoción compran agua, teniéndola en el almacén durante seis meses, en lugar de comprar lo que realmente necesita e invertir mejor el dinero. El segundo objetivo de negocio es tratar de vender la información de mercado que tenemos a grandes empresas como Coca-Cola o Bimbo o a empresas que vender información de mercado como Nilsen, para que esto pueda ser sostenible y podamos seguir creciendo.</p>	<p>Como una empresa familiar. Una empresa que hace lo que otras no quieren o no pueden hacer. Tomamos residuos, los reciclamos y los convertimos en productos de valor.</p>

## 2. ¿Cuándo nació la empresa? ¿Dónde os ubicáis actualmente? ¿Cuántos empleados sois?

Fundada en el año 2008 desde EEUU por David del Ser, en cuanto consiguió algo de dinero y algún inversor se puso en contacto conmigo, me comentó su idea, realizamos un pequeño prototipo, al principio de manera informal y poco a poco al ir creciendo ya montamos Frogtek España en el 2009., el departamento de tecnológica del grupo Frogtek. Aquí es donde realizamos el producto y la parte técnica y Frogtek México y Frogtek Colombia se encargan más de la parte comercial.

Somos 40 empleados, diez en Huesca y el resto repartidos entre México, Colombia y EEUU.

La empresa fue fundada por mi padre en 1995 y en 2002 nos hicimos cargo mi hermano Ángel y yo. La empresa producía un único producto, hilo, éramos una pequeña pyme y con la llegada al mercado de los chinos no nos quedó otra opción que reinventarnos. Fue en 2006 cuando introducimos el reciclaje y esta forma de hacer las cosas a la empresa. Podríamos decir que comenzamos con el reciclaje por necesidad, nuestros proveedores eran malos y esta fue nuestra forma de mejorar. Recogemos los residuos de otros y vemos como utilizarlos para la creación de nuestros productos.

Actualmente tenemos dos plantas, una en Sariñena y otra en Huesca y somos 45 empleados.

Esta respuesta simplemente ayuda a conocer mejor las empresas y a entender mejor el resto de respuestas.

## 3. ¿Qué objetivo tenéis en un futuro, hacia donde queréis llegar?

Ahora estamos trabajando en México y en Colombia tenemos un distribuidor, como un punto de venta adaptado a las necesidades de estos comercios de los países emergentes y también estamos entrando en la India y Ghana y a Sudáfrica vamos a ir pronto. Nuestro modelo de expansión es llegar al mayor número de países posibles, siempre y cuando tengamos el apoyo de empresas que nos permitan poder comprar las tabletas, ya que no tenemos suficiente dinero para esto.

Actualmente comerciamos además de en España sobre todo con Francia y también en Alemania, Inglaterra o México, pero en menor nivel. El futuro de la empresa es positivo, se podría aumentar la producción y comerciar en más lugares, el problema es que para esto es necesaria una gran inversión, se realizan las inversiones que se pueden.

Una estrategia responsable no limita el crecimiento de una empresa. Actualmente el ámbito de influencia de las empresas es muy grande, como podemos ver, tanto Frogtek como PESL son internacionales. Sobre todo en el caso de Frogtek, que trabaja en países subdesarrollados es importante que las empresas tengan cierta ética y responsabilidad de no aprovecharse de la situación de estos países, sino que exporten un comportamiento responsable.

#### 4. ¿Para usted que es la RSC y qué acciones concretas llevan a cabo con relación a la RSC?

No tenemos certificación oficial, ni tenemos un departamento que se encargue de la RSC, sino que tratamos de introducirla dentro de nuestra empresa, llevada día a día y a todos los ámbitos de la empresa.

Nuestra organización está muy poco jerarquizada, es decir tratamos de que todo el mundo aporte, los empleados tienen una gran flexibilidad horaria, autonomía, total, comunicación desde el que manda más hasta el que manda menos, transparencia financiera y transparencia de lo que se habla en el equipo directivo, la clave es la confianza. Todos los empleados conocemos las cuentas de la empresa, cuánto dinero hay en el banco y las inversiones realizadas.

La tecnología es una herramienta que permite mayor eficiencia y por esto poder vender más barato. Si los pequeños negocios no la utilizan serán las grandes cadenas de tiendas las que se hagan con todo el mercado. Esta tecnología les permite llevar mejor su negocio y de esta forma poder competir mejor.

Llevar a cabo una estrategia responsable total es muy complicado, en principio no habría que trabajar con empresas que no sigan estos comportamientos, para esto todas las empresas deberían ser transparentes, lo cual no es así, cuando trabajas con empresas en Asia es difícil conocer sus comportamientos, en los cuales se tienen dudas. Nosotros ya no trabajamos con proveedores chinos, lo cual nos sale mucho más caro.

Estamos auditados por una asociación sin ánimo de lucro, Recovinyl<sup>5</sup>, procedente de Bélgica. Esta nos pide las materias primas recicladas, el número de Kg procedentes de nuestros proveedores, los cuales hemos de fotografiar y pesar y el material reciclado. De esta forma conocen el que y cuanto reciclamos.

También el gobierno de Aragón nos audita. Conocen cuantos residuos recibimos, de quien y que se ha transformado, ya que no todo es recicitable, por su dificultad o por falta de cantidad de ese material.

Nosotros ofrecemos transparencia al igual que la exigimos. Dentro de nuestra empresa el staff es conocedor de las cuentas de la empresa. Nosotros tratamos de conocer las cuentas tanto de nuestros proveedores como sobre todo de nuestros clientes.

Trato de portarme bien con los empleados y recompensarles, si tienes contentos a tus empleados estos trabajaran mejor, esto es sabido. No es por ser un alma caritativa, sino algo positivo para la empresa.

A la hora de producir también se mira que haya un ahorro de energía o utilizar maquinas que gasten menos.

Para PESL al ser una industria es más necesario tener todos los informes de calidad al día, así como ser auditados por organismos para la transparencia de su actividad. En Frogtek no se le da gran importancia a eso, sino a tener unos valores claros compartidos por cada uno de los trabajadores.

La visión es diferente al hablar de los empleados, PESL las diferencias dentro del organigrama son mayores, por otro lado en Frogtek el trabajo a realizar por los empleados es más similar, así como la necesidad de colaboración. Ambos coinciden en una realidad, si los empleados son tratados correctamente y están contentos, trabajaran mejor y serán más eficientes.

Otro factor en el que están de acuerdo es en la necesidad de la transparencia, a la hora de trabajar con proveedores y clientes y también entre los propios empleados, en Frogtek llevado a todos los niveles de la empresa y en PESL a los niveles altos del organigrama.

<sup>5</sup> Iniciativa de la industria europea del PVC. Creada en 2003, trata mejorar los procesos de producción, minimizar las emisiones y desarrollar el reciclaje de residuos.

**5. ¿Reciben apoyos de las instituciones debido a que han integrado a su empresa un sistema que favorece a la sociedad?**

Somos una empresa global, que trabaja con gente más desfavorecida y que invierte en I+D y en las nuevas tecnologías y si hemos recibido alguna subvención y algún tipo de ayuda de las instituciones. A parte, para obtener financiación hemos participado en varios concursos, hemos ganados bastantes, lo que nos ha dado una mayor visibilidad y cerca de medio millón de dólares en premios.

Todavía no somos rentables, ya que esto es una gran inversión, por esto vivimos gracias a alguna inversión pública, premios e inversores privados mexicanos y americanos.

Ni la recibimos ni buscamos estos apoyos. Nosotros reciclamos por el bien de la empresa, no por este tipo de ayudas.

Se ha tratado en el trabajo la importancia de los gobiernos para incentivar la RSC. Este incentivo se puede realizar mediante incentivos económicos o mediante castigos por no cumplir con la legislación. Ninguna de las dos empresas recibe incentivos por parte de las instituciones, viviendo de la inversión privada.

**6. ¿Cree que la sociedad valora las empresas responsables?**

Si, sobre todo valoran más las empresas con un objetivo responsable, un objetivo que sea ayudar, más que las empresas que tienen como objetivo los beneficios y que tienen un departamento de RSC, algunas para lavar su imagen.

Aquí en España no se valora. Esto se debe a la educación, mientras en otros países europeos, cuanto más al norte en mayor medida si se valora mucho. En estos países prefieren pagar más por un producto fabricado con materiales reciclados que otros de materiales nuevos. Sin embargo en España, empresas que trabajan con materiales reciclados de alta calidad prefieren no decirlo por miedo a pérdidas.

En esta pregunta difieren en sus respuestas ambas empresas, Frogtek considera que la sociedad valora el esfuerzo de las empresas en favor a la RSC mientras que PESL no lo cree así. Esto no hace dudar de la importancia de los grupos de interés y de que sin el apoyo total de la sociedad sea posible que las empresas se decidan por este tipo de estrategia. Para que la sociedad realmente valore la RSC son claves factores como la educación y la información.

## **7. ¿Cuál cree que es el futuro de las empresas responsables? ¿Afectará la crisis en la decisión de invertir en RSC? ¿Es rentable para las empresas invertir en RSC?**

La tendencia actual es la integración de la RSC a todos los ámbitos de la empresa. La gente en momentos de crisis valora todavía más las empresas responsables. El miedo que hay es que cuando las cosas vuelvan a ir bien, se deje de invertir en responsabilidad y se busque solo la búsqueda de beneficios.

A corto plazo puede generar más costos y a veces hay que cambiar la cultura de la empresa y según que comportamientos, pero a largo plazo llega a ser rentable, los empleados están más contentos e involucrados y esto produce mayor eficiencia y menos rotación de estos, con los clientes pues ocurre lo mismo.

Las empresas funcionan en función de las normas que nos apliquen. Son importantes las normativas y los informes.

Para que cambie la situación sería importante que una empresa grande y de gran poder diga que lleva a cabo una estrategia responsable, si después de esto tiene éxito serán otras las empresas que la copien.

Las crisis ofrecen oportunidades, surgen muchos emprendedores y oportunidades para los que quieran ganar dinero. En mi caso particular la crisis me ha beneficiado a la hora de seleccionar personal, más preparado y con más ganas de trabajar.

La rentabilidad de la RSC para muchas empresas es el ahorro en costes más que el beneficio con el que premia la sociedad

Una vez más surge división de opiniones a la hora de hablar del futuro de la RSC. Se ve otra la importancia que se da a que el gobierno incentive la responsabilidad empresarial con leyes.

Se ha estudiado que la RSC es una oportunidad de negocio, es innovación y diferenciación. La crisis es un clima económico propicio para el surgimiento de empresas con estas características, empresas innovadoras y diferentes.

## **8. ¿Para las Pymes les es posible incorporar a su negocio una estrategia responsable?**

Si claro, no hace falta sacarse una certificación ISO ni tener un departamento propio, si que supone un esfuerzo, hay que conocer los principios y tratar de aplicarlos a tu día a día dentro de la empresa. Si ves que la transparencia, la flexibilidad y la autonomía con los empleados hacen que estos estén más contentos, serás más responsable como empresa.

Sí, siempre que no cueste dinero ni tiempo. Para incentivar la incorporación de una estrategia responsable será necesaria una medida fiscal o algún incentivo económico para la empresa.

Quizá una pequeña empresa no pueda cumplir con todos los elementos estudiados o con todas las normativas vistas, pero si puede aplicar parte de ellas, trabajando con responsabilidad y con ganas de hacer bien las cosas.

## 4. CONCLUSIÓN

En este trabajo se ha definido que es la RSC. También cómo ha de llevarse a cabo por parte de las empresas, conociendo los requisitos y normativas que se han de cumplir y los beneficios que reporta este sistema. Finalmente se ha dado a conocer la visión de dos empresarios responsables.

Llevar a cabo una estrategia de RSC no es sólo realizar acciones puntuales, sino llevar la estrategia responsable a cada una de las partes de la organización. Las empresas responsables buscarán coordinar en su estrategia tanto la dimensión económica, como la social y medioambiental. Estos valores se han de inculcar a los empleados de la organización y exigirlos a aquellos con los que se trabaja, con los proveedores, por ejemplo.

Las empresas que incorporan la RSC en su estrategia deberán cumplir, además de con la legislación existente en su área de actuación, con una serie de normativas de carácter no obligatorio que guiarán el comportamiento de las empresas en materia responsable. Estas guías están redactadas en base a una serie de principios mundiales: los Derechos Humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la anticorrupción. También existen otros comportamientos y elementos relacionados con la RSC como es la transparencia, la innovación, la mejora continua o los grupos de interés.

Este tipo de comportamiento ofrece una serie de beneficios a la empresa, a los grupos de interés de esta y a la sociedad en general.

- Una estrategia responsable conlleva una inversión, pero también una reducción de costes a largo plazo. Los empleados están más contentos, motivados e incluso orgullosos de trabajar en la organización por lo que serán más eficientes y productivos. La imagen de la marca de empresa mejorará, aumentarán las posibilidades de abrirse a nuevos mercados y de obtener una ventaja competitiva frente al resto. La sociedad valora las acciones llevadas a cabo responsablemente.
- Los trabajadores mejoran su situación en su puesto de trabajo, en la coyuntura en el que nos encontramos actualmente esto es muy importante; los accionistas ven como su empresa gana imagen de marca; los proveedores valoran o se adaptan a su estrategia de RSC y los clientes cada día son más conscientes de la necesidad de valorar a este tipo de organizaciones.
- Disminución de los impactos sociales y medioambientales, esto crea un clima de confianza. La búsqueda del desarrollo sostenible favorece a las generaciones venideras.

En el apartado tres del trabajo se ha tenido la posibilidad de realizar dos entrevistas a dos empresarios que han incorporado la RSC en sus estrategias empresariales. De estas entrevistas han salido una serie de conclusiones.

El concepto de RSC está todavía en proceso de adecuarse totalmente en la estrategia de las empresas. Por parte de los empresarios hay diferencias a la hora de entender este término. La edad de los empresarios, el tamaño de la organización, el sector o las posibilidades económicas de cada empresa son factores que diferenciarán la forma de incorporar la RSC a la estrategia de la empresa.

Una estrategia responsable es una oportunidad de negocio. Algunas empresas centran directamente toda su actividad alrededor de esta estrategia, es el caso de Frogtek. Para otras se abren nuevos mercados, consultorías en temas energéticos o medio ambientales o plantas recicadoras. Existe un gran mercado todavía no explotado y que puede proporcionar grandes beneficios a empresas que apuesten por negocios responsables.

La RSC ha de instalarse en todas las partes de la empresa, teniéndose en cuenta en cada una de las acciones llevadas a cabo. Esto es algo difícil de realizar ya que las empresas han de cambiar valores muy arraigados en su organización y que en muchas ocasiones producen unos costes. Si bien es cierto que las organizaciones han incorporado en algunos procesos la RSC, aún queda mucho hasta que esta estrategia este realmente insertada en la empresa.

Si hay algo que queda claro a los empresarios es que un trabajador satisfecho, motivado, con una mayor flexibilidad y un rol más dinámico será un trabajador más productivo y eficiente.

Ninguna de las empresas estudiadas recibe apoyos de las instituciones, viéndose frenadas por la falta de inversión. En la época actual en la que nos situamos es complicado pedir a los gobiernos mayor inversión y ayudas para las empresas responsables, pero si la búsqueda de otras maneras de incentivar estos comportamientos.

Como afectará la crisis a la RSC todavía es un enigma, aunque por ahora no parece haber perjudicado.

En teoría la RSC puede ayudar a las empresas en el aumento de la productividad, en la apertura de nuevos mercados y en el ahorro de costes a largo plazo; por todo ello hay que ser positivos.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

- Bartolomé, C. (2009). Emprendedores. *Innovación Social*. Recuperado el 25 Octubre de 2013 de: <http://www.innovasocial.com/emprendedores/hay-que-fomentar-la-creacion-y-difusion-de-ideas-a-traves-de-conferencias-desafios-online-y-otros-medios-entrevista-al-creador-de-frogtek/>
- Befesa. (2012) *Responsabilidad Social Corporativa*. Recuperado el 12 de Octubre de 2013 de: [http://www.befesa.es/web/es/rsc/mision\\_vision\\_valores/index.html](http://www.befesa.es/web/es/rsc/mision_vision_valores/index.html).
- Befesa. (2012) *Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 12 de Octubre de 2013 de: [http://www.befesa.es/web/es/desarrollo\\_sostenible/que\\_es\\_el\\_desarrollo\\_sostenible/index.html](http://www.befesa.es/web/es/desarrollo_sostenible/que_es_el_desarrollo_sostenible/index.html).
- Comisión de Responsabilidad Social Corporativa de AECA. (2003). *Documento AECA, nº1*. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresa (AECA).
- Espinosa, R. (14/10/ 2012). *Cómo definir misión, visión y valores en la empresa*, [blog]. Recuperado el 12 de Octubre de 2013 de: <http://robertoespinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa>
- Estrategia Española de Responsabilidad de las Empresas. (2013) *Borrador sobre la Responsabilidad Social Corporativa*. Rescatado el 30 de septiembre de 2013 de: [http://www.corresponsables.com/download/Primer\\_BORRADOR\\_Estrategia\\_Espanola\\_RSE.pdf](http://www.corresponsables.com/download/Primer_BORRADOR_Estrategia_Espanola_RSE.pdf)
- Freedman, (1983) *La Gestión estratégica. Enfoque de los grupos de interés*. Rescatado el 13 de noviembre de 2013 de: [http://www.ifef.es/portalempiego/rsocial/grupos\\_sostenibles\\_a\\_n\\_rse.php](http://www.ifef.es/portalempiego/rsocial/grupos_sostenibles_a_n_rse.php).
- García, M. A. (24 de Noviembre de 2013). Responsables cotidianos, *El País Extra*, pp. 2-3.
- Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad sobre el Desempeño Económico Ambiental y Social de la Empresa*. (2002). Rescatado el 15 de Septiembre de 2013 de: <http://www.observatoriorsc.org/images/documentos/rsc/herramientas/GRI.pdf>
- Foro de Expertos en RSE. (2007). *Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas*. Rescatado el 25 de Septiembre de 2013 de: [http://www.observatoriorsc.org/images/documentos/foroexpertos\\_rse\\_informe.pdf](http://www.observatoriorsc.org/images/documentos/foroexpertos_rse_informe.pdf)
- Empresa KPMG (2013) *Las empresas españolas, entre las más sostenibles a nivel mundial*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2013 de: <http://www.kpmg.com/es/es/actualidadynovedades/articulosypublicaciones/notasdeprensa/paginas/np-anuario-de-sostenibilidad-2013.aspx>
- Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa. (2013); *Qué es la RSC? Ámbitos de la RSC*. Recuperado el 20 de Octubre de 2013 de:

[http://www.observatoriorsc.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=77&Itemid=114&lang=es](http://www.observatoriorsc.org/index.php?option=com_content&view=article&id=77&Itemid=114&lang=es)

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa` (2010). *ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social.* Recuperado el 25 de Septiembre de: <http://www.observatoriorsc.org/images/stories/audio/Proyectos/ISO%2026000.pdf>

*Plásticos Escanero. Premio Joven Empresario de Aragón.* Recuperado el 10 de Octubre de 2013 de <http://www.pesl.es/es/noticias-mandriles-pvc-tuberias-decking/263-plasticos-escanero-premio-joven-empresario-aragon.html>

*Reciclajes Escanero. Compromiso ecológico.* Recuperado el 10 de octubre de 2013 de: <http://www.rels.es/Naturaleza/naturaleza.htm>

Santiago, E. (24 de noviembre de 2013). Regular las buenas intenciones. *El País Extra*, pp. 4.