

➤ **IMPLANTANDO RSE** **EN EL TEJIDO EMPRESARIAL** **DE LA PROVINCIA DE GRANADA**

Guía para la incorporación de actuaciones socialmente responsables en PYMEs, Micropymes, Autónomos y personas emprendedoras

➤ RSE



Diputación
de Granada

Granada y Provincia

RESPONSABILIDAD
SOCIAL



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
EL FSE INVIERTE EN TU FUTURO

Edita: Diputación Provincial de Granada, Delegación de Empleo y Desarrollo provincial. Servicio de Desarrollo Local.
Programa de responsabilidad social.

Redacción: Dynamyca Sostenible, SL. www.dynamyca.com

Diseño y maquetación: www.aycachorro.com

DEPÓSITO LEGAL: GR 263-2014

Queda prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta publicación sin el consentimiento previo, expreso y por escrito de la Diputación Provincial de Granada, Delegación de Empleo y Desarrollo provincial. Servicio de Desarrollo Local.

➤ ÍNDICE



pág 04 | Introducción



pág 06 | Responsabilidad Social,
tu compromiso cuenta



pág 14 | El tejido empresarial de la provincia
de Granada, ¿dónde estamos?



pág 22 | Cómo implantar la
RSE en mi organización



pág 34 | Buenas prácticas en
responsabilidad social



pág 48 | Herramientas y normas
de gestión de RSE



pág 56 | Emprendimiento
social y sostenible



pág 68 | Nuestros primeros pasos



pág 78 | Bibliografía



**La empresa grande,
mediana, pequeña o el
emprendedor será el
motor de cambio
de nuestra sociedad”**

➤ 1. INTRODUCCIÓN

La presente guía surge de una necesidad básica en la que todos/as nos encontramos inmersos desde hace años: necesidad de cambios en la sociedad, cambios en nuestras empresas y cambios en nuestros valores personales. Y es que la Responsabilidad Social no es solo cuestión del ámbito empresarial, sino que también confiere una perspectiva humana y cotidiana sobre nuestras actitudes personales.

Por ello, la Delegación de Empleo y Desarrollo Provincial de la Diputación de Granada en el marco del Programa de Responsabilidad Social cree necesaria una labor de difusión, promoción y concienciación de la Responsabilidad Social Empresarial que sirva como vehículo de competitividad, sostenibilidad y de cohesión social en el tejido empresarial.

El carácter de la guía es eminentemente práctico y destinado al ámbito empresarial. Pretende impulsar el tejido empresarial de la provincia de Granada en clave de “responsabilidad,” con el fin de motivar a las empresas hacia un **compromiso social** en el que se pueda poner en práctica el “gana – gana” y “todos/as ganamos”.

El conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su aplicación en la esfera empresarial, confiere diversas ventajas para la propia empresa y para todos sus grupos de interés, siendo una demanda por parte de la sociedad y de todos los agentes implicados. Por ello, es necesario facilitar instrumentos sencillos y útiles que acerquen la responsabilidad social a todo el ámbito empresarial.

En la actualidad, las empresas deben ser capaces de encontrar un equilibrio constante entre la triple cuenta de resultados: la eficacia económica, el respeto por el medio ambiente y la gestión social. Sea cual sea su tamaño, forma

o sector, tienen un papel muy importante en la creación de empleo y en el desarrollo económico. No obstante, a la par es necesario tener en cuenta el impacto que provocan en la sociedad en la que desarrollan su actividad.

Palabras como sostenibilidad, compromiso, confianza y transparencia deben ser inherentes a cualquier negocio, y tenidas en cuenta en todos y cada uno de los pasos a seguir, como modelo básico y clave de gestión empresarial, sin olvidar el término **“rentabilidad”**.

Rentabilidad vinculada a la reducción de costes, ya que la responsabilidad social puede ayudar a disminuir costes vinculados a recursos tales como agua o energía, materias primas del proceso productivo, consumibles informáticos o incluso, reducción de emisiones contaminantes a causa de una movilidad sostenible.

Rentabilidad a la hora de captar y retener el talento, ya que el incremento de la productividad es notable cuando la plantilla está motivada y se siente uno más de la organización, creando espíritu de grupo.

Rentabilidad frente a competidores, ya que según la Ley de Economía Sostenible, se exige a las empresas públicas la fijación de criterios de RSE para sus proveedores. Cada vez hay más empresas privadas que avanzan en esa misma línea y las organizaciones granadinas deben situarse en posición ventajosa frente a sus competidores.

En conclusión, esta forma de gestión, basada en el cambio social, con nuevas formas de pensar y hacer, busca provocar cambios en los **modelos de desarrollo sostenible**, para lograr una evolución equilibrada entre el desarrollo económico, el desarrollo social y el medio ambiente.



**Hay una fuerza motriz
más poderosa que el
vapor, la electricidad y
la energía atómica: la
voluntad”**

Albert Einstein



➤ 2. RESPONSABILIDAD SOCIAL, TU COMPROMISO CUENTA

En la actualidad, a las empresas y a la sociedad les corresponde desempeñar un papel decisivo y protagonista, asumiendo la responsabilidad social en todos y cada uno de sus actos. La responsabilidad social no solo es asunto de las grandes empresas, ni siquiera de las más pequeñas, sino que compete a todas y cada una de las personas que habitan en el planeta.

Así es como la controversia entre lo correcto y lo incorrecto se convierte en discusión desde hace siglos, pero

en las últimas décadas, las sociedades han visto alterado su comportamiento por la cada vez mayor globalización y formas de intercambio económico y cultural. El mercado es cada vez más exigente y especializado, lo que supone extraer del ámbito teórico y académico la ética y la responsabilidad para convertirlo en una necesidad imperante. Conviene recordar que “solo aquellas empresas que sean capaces de generar e innovar soluciones y valores de forma socialmente responsable tendrán posibilidades de éxito”.

2.1. Destinatarios de la guía

Esta guía “Implantando RSE en el tejido empresarial de la provincia de Granada”, surge a raíz de la necesidad de seguir prosperando en el desarrollo económico y social

de la provincia granadina así como la mejora de la competitividad de nuestras empresas. Los destinatarios principales son los siguientes:

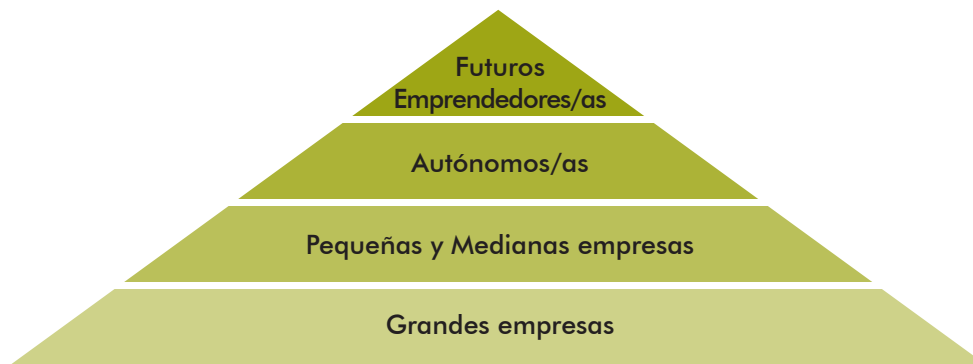


Gráfico 1: Destinatarios principales de la guía.

Además, esta guía no sólo puede ser interesante para el ámbito empresarial, sino que otras instituciones o entidades pueden utilizarla como referencia para implantar acciones socialmente responsables en sus propias organizaciones, o

incluso, ser tenida en cuenta por ciudadanos/as de a pie interesados en entender el concepto de “Responsabilidad Social Empresarial” de forma práctica y sencilla.

2.2. ¿Qué entendemos por RSE?

La responsabilidad social es personal y colectiva, y una definición sencilla de este concepto abstracto a primera vista, podría ser:



“el compromiso de cada ciudadano/a, empresa, institución, asociación, administración, hacia su sociedad actual y su futuro”.

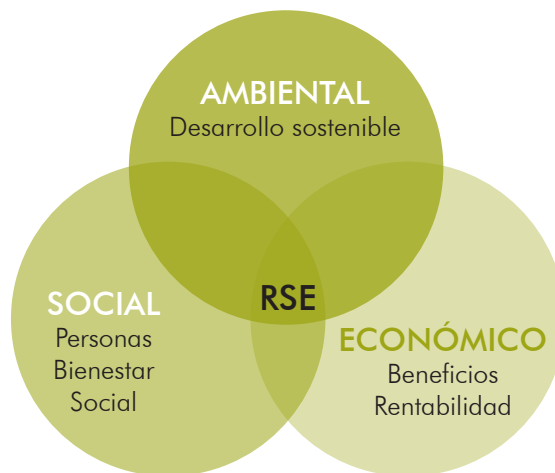


Gráfico 2: Esquema concepto Responsabilidad Social Empresarial.

Son muchas las definiciones de Responsabilidad Social, que provienen de organizaciones y/o entidades que trabajan en el campo de la responsabilidad social. Por citar algunas:

La [Comisión Europea](#) ha planteado una nueva definición, más simple, de la RSE: “La responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad”. La anterior definición fue

redactada en 2001 y sostenía que la RSE era “un concepto por el cual las empresas integran las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores sobre una base voluntaria”.

La [Organización Internacional del Trabajo \(OIT\)](#) define la responsabilidad social de la empresa como: “La manera

que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que solo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la ley”.

Según el [Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa](#), “es la forma de conducir los negocios de las em-

presas, que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medio ambiente y sobre la sociedad en general. Ello implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de derechos humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto”.

Errores de concepto... ¿Qué no es RSE?	Sí es RSE...
Cumplimiento de las leyes	La RSE es voluntaria, fomentando situaciones donde la empresa se compromete con acciones que favorecen el bien social, más allá de los intereses de la empresa y del cumplimiento de la ley.
Actuación altruista de la empresa	Las actividades de RSE deben estar vinculadas e integradas en la actividad básica de la empresa y su gestión diaria, tener una vocación de permanencia e implicar el compromiso de la alta dirección.
Campaña de imagen corporativa	No se debe confundir la RSE con campañas de mejora de la imagen de la empresa ni con actuaciones puntuales de carácter ético o solidario.

Tabla 1: Errores de concepto en la defición de RSE.

Otro aspecto importante a destacar es la concepción errónea de que “si una empresa no tiene implantado un sistema de responsabilidad social, esa empresa es irresponsable”. En este caso, debería realizarse un análisis a modo individual de cada entidad, organización o empresa, con el fin de obtener un diagnóstico de situación actual que nos indique si realmente la empresa es responsable o no, y en que términos, a expensas de que directamente tenga sistemas de gestión establecidos.

Este debate surge a diario con las pequeñas y medianas empresas (PYMES), personas autónomas y emprendedoras, donde a pesar de no existir una política de responsabilidad social establecida, implementada, y por escrito, son tan responsables socialmente como cualquier otra empresa que tenga implantado su sistema de responsabilidad social.

2.3. ¿Porqué y para qué ser responsable? ¡Nuestro objetivo en el punto de mira!

Este apartado coincide con la descripción de los objetivos que pretende conseguir la guía y muestra las claves que nos llevarán a querer y ser “sujetos responsables” en nuestra empresa, entidad u organización.

La guía tiene como **objetivos**:

- Impulsar un tejido empresarial en la provincia de Granada más comprometido con la sociedad y más competitivo.
- Configurar la RSE como un vehículo de competitividad, sostenibilidad y de cohesión social en el tejido empresarial de la provincia de Granada.
- Concienciar al tejido empresarial de la provincia Granada sobre la importancia de implantar la RSE en la gestión de sus empresas y en los planes de empresas a futuros emprendedores.
- Dar a conocer la RSE entre las empresas granadinas y las ventajas que puede tener en el día a día de la empresa y en el territorio.
- Comunicar buenas prácticas sobre RSE que se están llevando a cabo desde empresas que han apostado por integrar en su día a día la responsabilidad social.
- Favorecer modelos de gestión empresarial responsables, inclusivos y sostenibles.

La Responsabilidad Social aplicada en el ámbito empresarial surge como **herramienta estratégica** que facilita:

- La consecución los objetivos económicos de la empresa o entidad.
- La oportunidad de mejorar continuamente su gestión.
- Aumentar su productividad.
- Ser más eficiente y maximizar su beneficio.
- Crear nuevas ventajas competitivas al integrarla a su modelo productivo.
- Potenciar procesos de diferenciación de los productos.
- Aumentar su reputación y la lealtad de sus clientes.
- Establecer relaciones de confianza con diferentes grupos de interés.

2.4. Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial

La RSE aporta a las organizaciones una serie de **ventajas** interna y externamente que vienen provocadas por cambios en las dinámicas empresariales y el desarrollo de nuevos roles.

Los consumidores presentan un cambio en su ideología, requieren de productos o servicios con gran calidad, además de esperar que las empresas respeten los derechos humanos, cuiden el medio ambiente y sean transparentes en todos sus procesos. De la misma forma, cada vez hay más empresas que exigen esos roles a sus proveedores, por lo que la RSE está presente en todo el ciclo empresarial.

Implantar RSE posee un impacto positivo que se puede traducir en beneficios o en una ventaja competitiva para la organización. Principalmente se hablará de cambios en clientes, recursos humanos, estructuras de costes, innovación....

Se puede afirmar que ser socialmente responsable, genera beneficios a nivel de negocio.

A continuación, se enumeran diferentes **ventajas** tanto internas como externas que pueden llegar a alcanzarse si nuestra organización se orienta hacia la gestión responsable:

INTERNAS	EXTERNAS
Mejora del clima laboral	Mayor fidelización de clientes
Mayor productividad	Mejora de las relaciones comerciales con otras organizaciones
Mejora de la calidad en todos los procesos	Diferenciación frente a la competencia
Mayor rentabilidad	Posicionamiento de la marca y mejora de la imagen de la marca
Personal mejor cualificado y profesionalidad	Reconocimiento público y prestigio social
Reduce los conflictos entre la empresa y el entorno local	Mejora de las relaciones con la comunidad local
Mayor capacidad de contratar y mantener talentos	Preferencia en la adjudicación de contrataciones públicas
Mayor control y gestión del riesgo	Premios y etiquetas distintivas
Favorece el aprendizaje social, se aprende de los grupos de interés	Desarrollo de confianza entre el mercado y el territorio
Identificación de nuevas oportunidades de negocio	Transferencia de experiencias, conocimientos y recursos entre organizaciones
Confianza de los distintos grupos de interés	Obtención deducciones fiscales

Tabla 2: Beneficios de la responsabilidad social.

2.5. Los Grupos de Interés o “Stakeholders”

No existe una definición específica sobre que son los “Grupos de Interés” o “Stakeholders”. Una posible definición podría ser:



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 ésta (Freeman, 1983)

Dentro de la palabra “grupo” se englobarán todas aquellas personas, colectivos u organizaciones que afecten a la organización. No existe una lista genérica de grupos de interés, ya que éstos, cambian con el tiempo y dependen del tipo de empresa, de su ubicación, sector de actividad, etc.

En las siguientes fases, cada organización será capaz de identificar sus grupos de interés, evaluarlos y establecer prioridades de actuación, dentro del Plan de Acción de Responsabilidad Social de la organización.

Principalmente, los grupos de interés se pueden dividir en internos y externos:

• **GRUPOS DE INTERÉS INTERNOS:** son aquellos que pertenecen a la estructura interna de la empresa:

- Accionistas o Promotores
- Gerentes (en el caso de que no sean los mismos que los accionistas)
- Empleados/as

• **GRUPOS DE INTERÉS EXTERNOS:** aquellos que no pertenecen a la estructura interna de la empresa:

- | | | |
|-------------------------|------------------------------------|--------------------------------|
| - Clientes | - Administraciones públicas | - Medio Ambiente |
| - Proveedores | - Otras Instituciones | - Medios de Comunicación |
| - Competencia | - Asociaciones sectoriales y otras | - Familias de los empleados/as |
| - Entidades Financieras | - Entorno-Sociedad | |

Identificar los Grupos de Interés puede ser sencillo para una organización, sólo es necesario tener en cuenta cinco dimensiones que ayudarán a mejorar nuestra rutina diaria. Es decir, será importante detectar aquellos grupos de interés más importantes para la organización:

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| • Por responsabilidad | • Por dependencia |
| • Por influencia | • Por representación |
| • Por cercanía | |

Cabe destacar que no todos los grupos de interés poseen el mismo grado de relación ni de importancia para la organización. Por ello desde la responsabilidad social y la sostenibilidad es necesaria la búsqueda de un “equilibrio a la carta” entre cada **grupo de interés – organización**, que permita una gestión eficaz.

A continuación se realiza una breve descripción de los Grupos de interés y de su interés para la organización:

GRUPOS DE INTERÉS		DEFINICIÓN	DEFINICIÓN
INTERNOS	ACCIONISTAS	Aquellas personas o promotores que han invertido económicamente en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Información y transparencia • Sostenibilidad Económica
	GERENCIA	Puede ser uno o varios accionistas, o terceras personas contratadas para llevar a cabo la gestión de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Información y transparencia • Cuenta de resultados • Rentabilidad • Responsabilidad
	EMPLEADOS/AS	Es el capital humano y hace referencia a todos los trabajadores de la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones laborales adecuadas • Salario adecuado al esfuerzo • Promoción y crecimiento profesional • Información y transparencia • Igualdad • Adecuado clima laboral • Seguridad y salud laboral
EXTERNOS	CLIENTES	Toda persona que accederá a los productos y/o servicios de nuestra organización	<ul style="list-style-type: none"> • Relación Calidad - Precio • Cumplimiento de garantías • Información y transparencia • Atención y servicio postventa • Exigencia ética
	PROVEEDORES	Entidades que surtirán a otras organizaciones con existencias necesarias para el desarrollo de su actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones adecuadas en contratos • Colaboraciones • Confianza y lealtad • Invertir en Innovación
	COMPETENCIA	Todas aquellas organizaciones que ponen en el mercado productos o servicios con características similares.	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia leal • Políticas sectoriales • Colaboraciones
	ENTIDADES FINANCIERAS	Todas aquellas entidades bancarias relacionadas con la organización (bancos, cajas,...)	<ul style="list-style-type: none"> • Solvencia y Liquidez
	ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	Aglutinan entidades como ayuntamientos, diputaciones, gobiernos centrales,...	<ul style="list-style-type: none"> • Impuestos • Cumplimiento con la legislación
	ASOCIACIONES SECTORIALES Y OTRAS	Diferentes colectivos asociativos presentes (Asociaciones empresariales, sociales, clúster,...)	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboraciones sociales • Inversiones Sociales • Puesta en marcha de proyectos en conjunto
	MEDIO AMBIENTE	Todos los recursos o elementos medioambientales presentes cerca de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> • Racionalización de consumos • Mejora de la gestión de recursos • Reducción de residuos, emisiones y vertidos • Utilización de energías limpias
	ENTORNO-SOCIEDAD	Toda la comunidad local	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de empleo • Integración y desarrollo regional
	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Sector de la comunicación como televisión, radio, prensa, revistas especializadas...	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad, Información y Transparencia • Aumentar el volumen de negocio • Conciencia Corporativa
FAMILIAS DE LOS EMPLEADOS/AS	Todas las personas que poseen un parentesco con los trabajadores de la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Conciliación de la Vida Familiar y Laboral • Calidad de Vida 	

Tabla 3: Tipología de grupos de interés e importancia para las organizaciones.

¿DÓNDE ESTAMOS?
LA PROVINCIA DE GRANADA,
EL TEJIDO EMPRESARIAL DE



La provincia de Granada es rica en recursos naturales, culturales, históricos y patrimoniales. Pero es más rica aún por la población que reside en ella y el tejido socioeconómico que la mantiene”

➤ 3. EL TEJIDO EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE GRANADA, ¿DÓNDE ESTAMOS?

España atraviesa una difícil situación económica que se refleja en su contexto regional y concretamente en la provincia de Granada. Muchas de las magnitudes macroeconómicas españolas, y en particular las referidas al desempleo, están afectando al nivel de renta de la población, que ha disminuido sensiblemente en los últimos años.

Las particularidades del modelo productivo granadino muestran como el sector industrial representa la mitad que en el conjunto nacional, mientras que el sector agrario dobla el conjunto de España. El perfil empresarial está caracterizado por pequeñas y medianas empresas enfocadas al ámbito local.

Otro de los aspectos más preocupantes, es el abandono de nuestro territorio en busca de horizontes económicos más prósperos, siendo alarmante el éxodo de las personas mejor formadas y preparadas, que estaban destinadas a formar parte de nuestra élite económica, cultural y científica de la provincia granadina. Esta situación, está acelerando el envejecimiento de la población, debido a que las personas que emprenden nuevos caminos fuera de nuestra provincia y país, son de estratos más jóvenes.

En los siguientes apartados se analiza la situación económica de la provincia de Granada, con el fin de arrojar datos sobre la realidad económica y empresarial actual.

3.1. Aspectos demográficos

Según las cifras de población del Padrón Municipal a 1 de enero de 2012, el número de personas empadronadas en la provincia de Granada asciende a 922.928, en ligero aumento si se analizan los datos desde el año 2008, pero siendo preocupante el éxodo de la población más joven mencionado anteriormente.

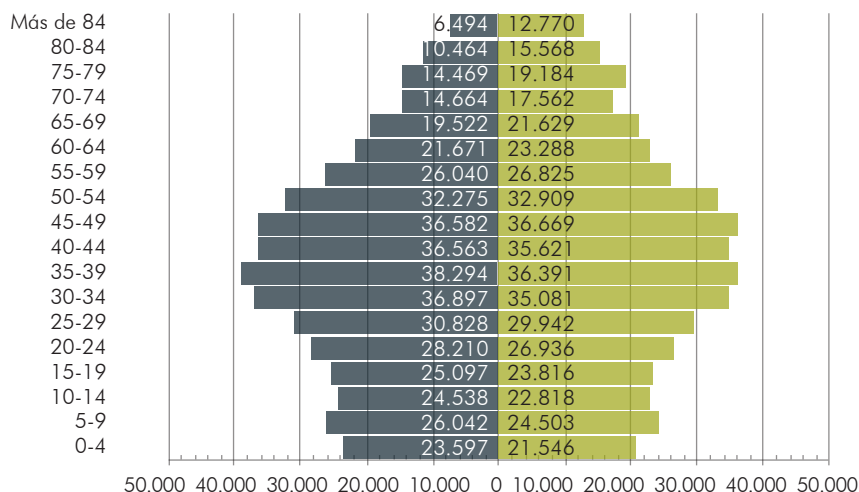
Evolución de la población					
	2008	2009	2010	2011	2012
Granada	901.220	907.428	918.072	924.550	922.928
Andalucía	8.202.220	8.302.923	8.370.975	8.424.102	8.449.985
España	46.157.822	46.745.807	47.021.031	47.190.493	47.265.321

Tabla 4: Evolución de la población (Fuente: INE. Padrón Municipal)

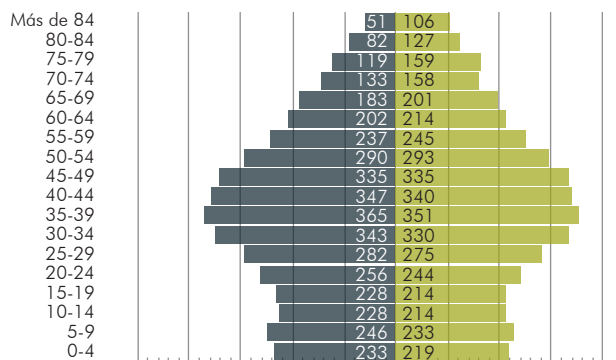
La pirámide de población de la provincia de Granada refleja una estructura demográfica tendente al envejecimiento, siendo éste un problema de cara a medio plazo. Este aumento de la tasa de envejecimiento puede remontar si se mantienen los aportes migratorios y la tasa de natalidad

repunta de forma sustancial. De lo contrario, la población de edad avanzada representará un porcentaje muy elevado sobre el nivel de población total. Al igual que la provincia de Granada, la comunidad andaluza y el resto nacional se encuentran en la misma situación.

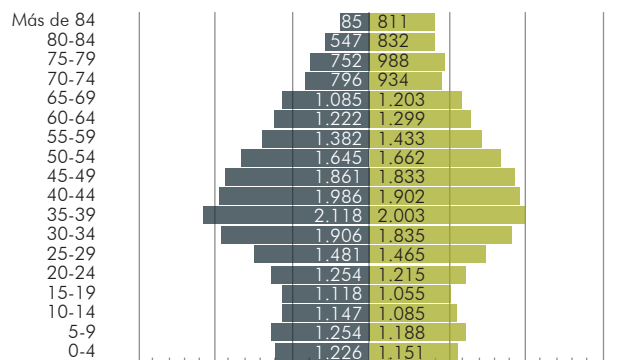
Pirámide de población. Provincia de Granada. 1 de enero 2013



Pirámide de población. Andalucía. 1 de enero 2013 (en millares)



Pirámide de población. España. 1 de enero 2013 (en millares)



■ Mujeres ■ Hombres

Gráficos 3, 4 y 5: Pirámides de población de la Provincia de Granada, Comunidad Autónoma de Andalucía y España. Fuente: Estadística del Padrón Continuo. Datos provisionales a 1 de enero de 2013.

Además, existen otros indicadores demográficos que ratifican la situación de la provincia de Granada en términos de des-población, como muestra la siguiente tabla:

Tabla 5. Principales indicadores demográficos			
Indicador	Granada	Andalucía	España
Población total (hab)	922.928	8.449.985	47.265.321
Densidad de población (hab/Km ²)	72,37	96,14	93,01
Sex Ratio (%)	96,95	97,69	96,95
Tasa de juventud (%)	15,63	16,31	14,98
Tasa de envejecimiento (%)	16,64	15,68	17,71
Tasa de dependencia (%)	47,65	47,03	48,57

Fuente: INE. Estadística del Padrón Continuo. Datos provisionales a 1 de enero de 2013.

Nota:

Sex ratio: cociente entre el número de hombres y el número de mujeres x 100.

Tasa de Juventud: cociente entre la población menor de 15 años y la población total multiplicado x 100.

Tasa de Envejecimiento: resultado de dividir la población mayor de 65 años entre la población total.

Tasa de Dependencia: nos indica la razón entre la población en edades no productivas comparándola con la población en edad activa (población menor de 15 años + población mayor de 65 años / población de 15 a 65 años x 100).

3.2. Caracterización de las empresas

Las siguientes líneas muestran el reflejo de la situación empresarial de la provincia de Granada desde el punto de vista del sector de las empresas, su tamaño así como su condición jurídica¹.

Atendiendo a la distribución sectorial, se observa como el sector terciario, incluyendo en éste al comercio y al resto de servicios representa un estrato importante en cuanto a la actividad empresarial granadina. La industria y la construcción, descienden notablemente, como puede analizarse en el gráfico 6. Evidentemente, las dificultades en las que está sumido el sector de la construcción han motivado el traslado de una parte de la fuerza laboral de este sector hacia otros, particularmente hacia el sector de los servicios lo que aumenta la competitividad de las personas que aspiran a un contrato laboral en estos sectores emergentes.

¹ La fuente de los datos relativos a las empresas es el Directorio Central de Empresas, más conocido por el acrónimo de sus iniciales (DIR-CE), que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE) incluyendo todas las empresas registradas a 1 de enero del año de referencia.



Todas las actividades empresariales han experimentado un descenso notable, pero conviene señalar el gran descenso en el ámbito de la construcción y de la industria.

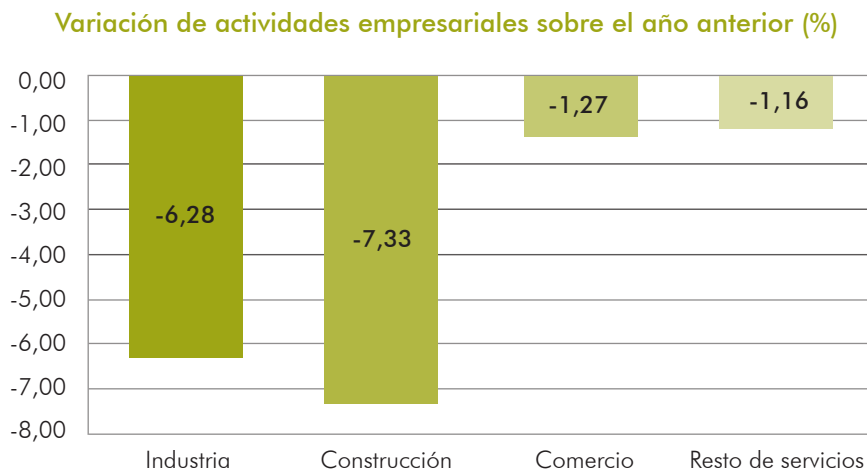


Gráfico 7: Variación de las actividades empresariales sobre el año anterior (%). Fuente: Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística (INE).

La distribución de las empresas en función del tamaño de las mismas, constata la realidad provincial granadina y la del resto del territorio nacional, puesto que la mayoría de las empresas son PYMEs (Pequeñas y Medianas Empresas)².

² Las PYME están constituidas por empresas que tienen entre 0 y 249 asalariados, es decir, es la suma de las microempresas, de las pequeñas empresas y de las empresas medianas.

Del total de empresas (56.209), solamente 29 se corresponden con empresas de más de 250 trabajadores, lo que supone un 0,05% del total.

Distribución de las empresas de la provincia de Granada según tamaño

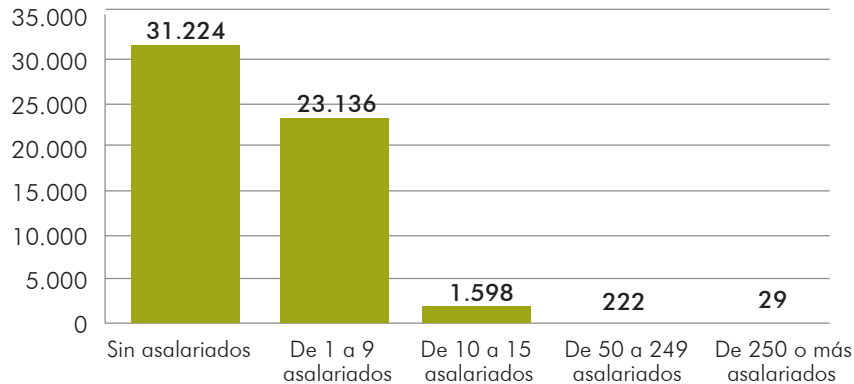


Gráfico 8: Distribución de las empresas de la provincia de Granada según tamaño. Fuente: Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística (INE).

La condición jurídica es otro de los aspectos a tener en cuenta a la hora de analizar la situación empresarial granadina. Más de la mitad de las empresas constituidas, están formadas por personas físicas, seguido de una tercera parte que se enmarcan bajo la figura de la sociedad limitada³.

Distribución de las empresas de la provincia de Granada según condición jurídica

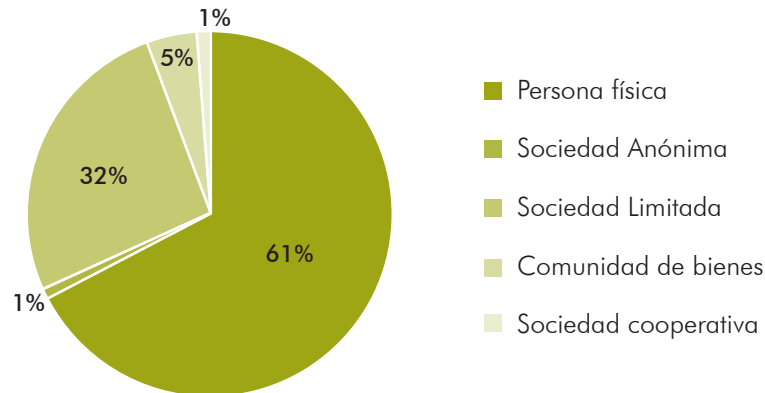


Gráfico 9: Distribución de las empresas de la provincia de Granada según condición jurídica. Fuente: Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística (INE).

³ Pueden consultarse las diferentes características de las sociedades jurídicas de las empresas en la web www.circe.es

3.3. Actividad, Ocupación y desempleo

En el ámbito del empleo, lo más relevante son los datos relativos a las tasas de actividad y de paro. La tasa de actividad ha experimentado ligeros crecimientos desde el año 2008, con pequeñas variaciones porcentuales. Al contrario, la tasa de paro es el dato más relevante ya que ha pasado de 23,14% a 37,32% en los últimos años, experimentando una subida de casi 10 puntos. En esta línea, el sector de la construcción ha sido el más afectado, y sigue presentando datos negativos.

Evolución de la tasa de actividad y paro en la provincia de Granada

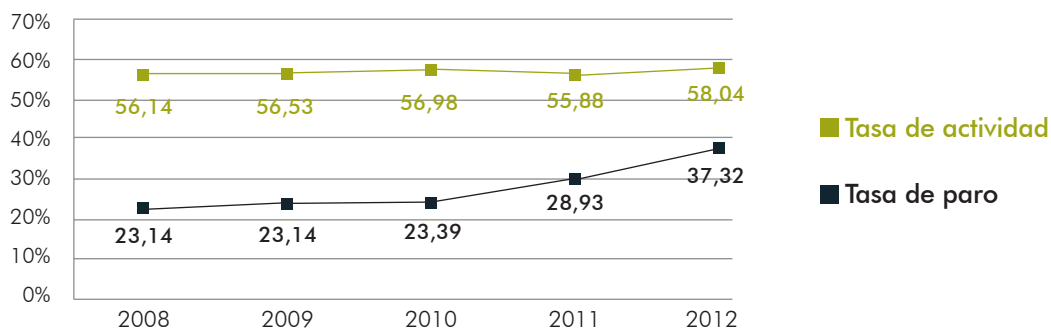


Gráfico 10: Evolución de la tasa de actividad y paro en la provincia de Granada 2012.

Evolución de la contratación en la provincia de Granada

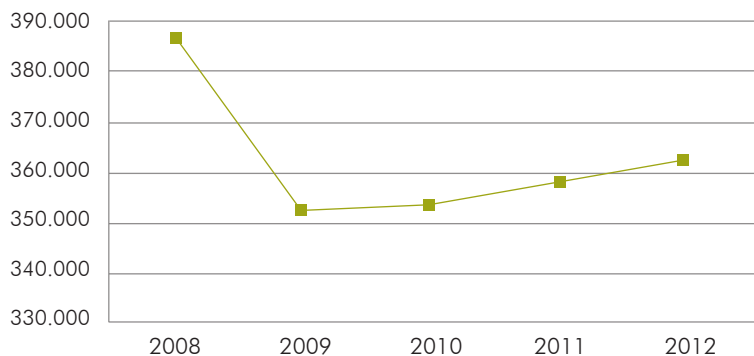


Gráfico 11: Evolución de las contrataciones en la provincia de Granada 2012.

El mayor número de contratos formalizados se produce en el tramo de edad comprendido entre los 25 y 34 años. A partir de esa edad los contratos se van reduciendo progresivamente en el resto de tramos de edad. Ello se debe a que a mayor edad los trabajadores alcanzan una mayor estabilidad en sus puestos de trabajo, y a que los empresarios prefieren a gente joven para las nuevas contrataciones⁴.

⁴ Pueden consultarse más datos y estadísticas en el Informe del Mercado de Trabajo de Granada 2012. Publicación anual editada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Servicio Público de Empleo estatal.

3.4. Perspectiva del mercado de trabajo

Las perspectivas de futuro pasan por la difícil situación económica que atraviesa el territorio nacional, con su influencia directa en la provincia de Granada. Las diferentes magnitudes económicas analizadas anteriormente, muestran como los niveles de desempleo afectan a una parte importante de la población, motivando el éxodo de la población joven.

Otros aspectos como los recortes económicos en el gasto de las administraciones públicas, recortes dentro de las propias empresas, así como las dificultades para acceder a créditos bancarios están afectando a las familias y a la sociedad granadina en su conjunto.

Como punto positivo, si tuvieran que analizarse sectores económicos en auge durante los últimos meses, nos encontramos ante una realidad abismal que nace de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Internet, red de redes, nos abre una gran ventana de oportunidades al mundo, rompiendo cualquier distancia como lo demues-

tran diversos estudios, con estadísticas en crecimiento exponencial⁵.

El sector del turismo, incluyendo el ocio y el tiempo libre, es clave para la provincia granadina, tanto en el ámbito de los servicios relacionados con alojamiento y restauración, como en los referentes a las actividades culturales o deportivas.

Además de estas actividades, el sector agrario juega un papel importante en la comunidad andaluza, siendo relevante su permanencia con el paso de los años, y demostrando que sigue siendo nuestra actividad "refugio" en los momentos de crisis económica, de hecho, la contratación en este sector se encuentra en aumento desde el año 2006. El sector primario es necesario y juega un papel de vital importancia en nuestra sociedad, tanto por el empleo, por la exportación de los productos y la producción de recursos alimentarios o materias primas para otros sectores económicos.

Sin embargo, no debe olvidarse el propósito de esta guía al analizar futuras oportunidades empresariales. La garantía de éxito de cualquier negocio, pasa por la sostenibilidad económica, social y ambiental, y si además se convierte en una empresa responsable que genera empleo verde y sostenible, los beneficios y ventajas redundarán en toda la sociedad.

Pueden consultarse otras estadísticas sobre el sector de la Economía Social andaluza en la Confederación de Entidades para la Economía Social de Andalucía (www.cepes-andalucia.es).

⁵ Son numerosos los estudios y estadísticas que muestran los avances en el acceso a internet a nivel mundial y nacional. Entre otros puede destacarse el informe anual que realiza la Fundación Orange, sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España 2013.



“ La responsabilidad social empresarial es un viaje. Nosotros decidimos el destino, nuestra empresa es el vehículo, nuestros recursos humanos y económicos son el combustible y la gestión responsable es disfrutar y deleitarnos con el camino”

➤ 4. CÓMO IMPLANTAR LA RSE EN MI ORGANIZACIÓN

La decisión de implantar acciones socialmente responsables en una organización, no conlleva únicamente la realización de acciones puntuales y aisladas o la recopilación de datos estadísticos, sino que su esencia está en la integración de la gestión responsable como “una filosofía de la organización”.

Muchas organizaciones realizan acciones en materia de responsabilidad social, o incluso, gestionan sus negocios

o entidades de forma responsable. En este aspecto, tan solo es necesario que se sienten las bases de esta gestión, realizando un seguimiento de las mismas, y lo más importante, una comunicación eficaz hacia los grupos de interés. En otras palabras, la gestión responsable no es responsabilidad sólo de las empresas más grandes, sino que las pequeñas organizaciones (micro pymes o personas autónomas) e incluso, la ciudadanía, tiene una gran responsabilidad.

4.1. La motivación hacia la responsabilidad social

Como se viene mencionando en apartados anteriores, la necesidad o motivación que lleva a cualquier organización a implantar un sistema de responsabilidad social pasa siempre por las ventajas competitivas que estas actuaciones confieren a las entidades. Son numerosas las ventajas y los beneficios que la gestión responsable implica y debemos estar motivados/as hacia un cambio en

nuestros modelos de gestión que nos favorecerán, como organización y como sociedad.

En los siguientes apartados, se analiza paso a paso las fases para la implantación de forma práctica y sencilla de la RSE en cualquier organización, sea cual sea su tamaño, forma o sector.

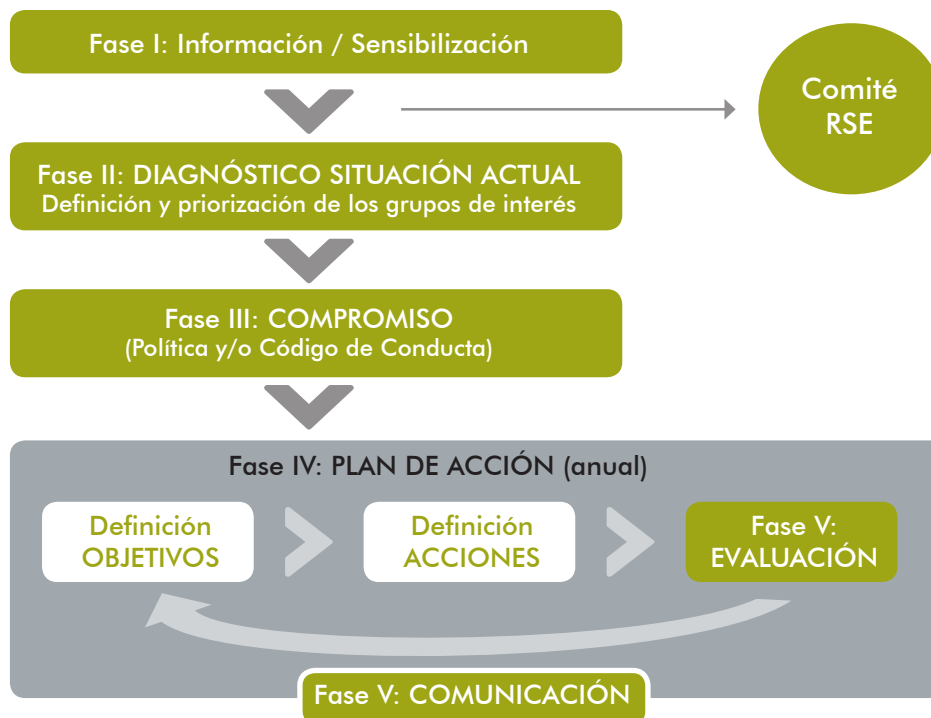


Gráfico 12: Metodología para la implantación de un sistema de RSE.

4.2. Fase I: Información y sensibilización

En la primera fase de implantación, la totalidad de la organización debe conocer los beneficios de implantar un Sistema de Gestión basado en la RSE, confirmar el objetivo u objetivos de la organización así como recordar las ventajas de la implantación del sistema.

¿Qué acciones incluye esta fase?

- Realización de una jornada de formación y sensibilización del Equipo Directivo de la organización con una duración estimada de dos horas.
- Extensión de la jornada de formación al resto de la plantilla o áreas principales, en función del tamaño y organigrama de la organización.
- Creación del Comité de Responsabilidad Social de la organización, incluyendo la redacción del reglamento de funcionamiento y acta de constitución del mismo. La composición del comité variará en función del organigrama de la organización, pudiendo estar formado por el equipo directivo, por jefes o responsables área o contar con representación de los miembros de la plantilla.

Funciones del Comité de Responsabilidad Social

- Iniciar y mantener un diálogo abierto y permanente con los grupos de interés de la organización.
- Diseño, actualización y monitorización de la implementación de las políticas de Responsabilidad Social Empresarial.
- Supervisión del cumplimiento de los objetivos marcados en RSE, valorando el cumplimiento, eficacia e impacto en los diferentes grupos de interés.
- Realización del Plan de Acción en materia RSE.
- Realizar informes periódicos sobre control de implantación de la estrategia RSE.
- Asegurar que la política RSE está integrada y aplicada consistentemente por toda la organización.

Consejo: Si la organización es una micro pyme o persona autónoma, no es necesario que se constituya un Comité de RSE (se aconseja su creación cuando existan más de 10 personas en plantilla). En este caso, la persona que dirige la organización, será la encargada de “asegurar que la política RSE está integrada y aplicada consistentemente por toda la organización”.

4.3. Fase II: Diagnóstico de situación. Definición y priorización de grupos de interés

La base de la responsabilidad social se fundamenta en el enfoque hacia los diferentes Grupos de Interés o stakeholders con los que opera la organización en su actividad cotidiana.



Gráfico 13: La relación entre la organización y los grupos de Interés.

En esta segunda fase, la organización comienza el diagnóstico interno de la situación actual en materia de responsabilidad social, diferenciándose dos etapas principales:

- a) Definición y Priorización de Grupos de Interés de la organización.
- b) Diagnóstico Interno de la organización.

a) Definición y Priorización de Grupos de Interés de la organización

La identificación y priorización de los Grupos de Interés de la organización es un aspecto fundamental a la hora de implantar un Sistema de Gestión basado en la RSE ya que aporta diferentes perspectivas, ayuda a detectar posibles problemas, otorga mayor transparencia y credibilidad y refuerza una imagen exterior positiva de la organización.

En este apartado se definirán los Grupos de Interés existentes en la organización y mediante una metodología sencilla, se determinará el nivel de importancia de cada uno de ellos, para priorizar los más relevantes¹.

Así mismo se determinará el grado de relación de la organización con cada uno de los grupos de interés identificados, las personas o áreas encargadas de la relación o comunicación y los riesgos existentes.

Para poner en práctica este apartado, se propone utilizar una metodología de valoración a través de la cumplimentación de la siguiente tabla, para obtener una priorización de grupos de interés que responda a las siguientes preguntas:



¿Este grupo de interés ejerce o ejercerá influencia en nuestra organización en el ámbito económico, social y ambiental?

¿Qué influencia ejerce nuestra organización sobre los grupos de interés en los ámbitos anteriores?

GRUPO DE INTERÉS	VALORACIÓN Impacto G.I. en la Organización				VALORACIÓN Impacto Organización en el G.I.				Total
	Económico	Social	Ambiental	Reputación corporativa	Económico	Social	Ambiental	Reputación corporativa	
ACCIONISTAS									0
GERENCIA									0
EMPLEADOS/AS									0
CLIENTES									0
PROVEEDORES									0
COMPETENCIA									0
MEDIO AMBIENTE									0
ENTORNO - SOCIEDAD									0
...etc.									0

Tabla 6: Priorización de Grupos de Interés de la organización

¹ Existen multitud de metodologías y escalas de valoración para la definición y priorización de los grupos de interés de la organización, por lo que en la guía se propone una metodología fácilmente aplicable al perfil destinatario de la guía.

Metodología de valoración:

Influencia muy alta o crítica (negativa o positiva)	3 puntos
Influencia Alta	2 puntos
Escasa o baja influencia	1 punto

b) Diagnóstico Interno de la organización

De forma paralela a la definición y priorización de los grupos de interés, es conveniente la realización de un diagnóstico interno de la organización, compuesto por las siguientes acciones:

Auditoría documental

Revisión documental de la organización en materia de:

- Normativa de aplicación y/o legislación sectorial.
- Documentación de otros sistemas de gestión existentes en la organización.
- Contratos con proveedores.
- Contratos con clientes.
- Otros acuerdos y documentación relacionada con los grupos de interés.

Reuniones internas y externas en el ámbito de los grupos de interés

Una de las partes fundamentales del diagnóstico es la relación mutua entre la organización y los grupos de interés, por lo que es necesario realizar las siguientes acciones:

- Entrevistas y/o reuniones entre las diferentes áreas o departamentos de la organización, con el objeto de valorar su visión del comportamiento económico, social y ambiental de la organización con los diferentes Grupos de Interés identificados.
- Apertura de canales de comunicación con los grupos de interés identificados y priorizados para completar el diagnóstico interno.

GRUPO DE INTERÉS	Método empleado (encuesta, entrevista...etc.)	Puntos fuertes	Áreas de mejora
CLIENTES			
CONSUMIDORES			
PERSONAL			
PROVEEDORES			
MEDIO AMBIENTE			
INSTITUCIONES			
..etc.			

Tabla 7: Ejemplo de análisis con grupos de interés

Elaboración y presentación del Informe de diagnóstico interno de la situación actual de la organización

En esta revisión documental se detectarán las prácticas de RSE existentes en la organización y se elaborará un informe donde se describan las acciones realizadas así como áreas de mejoras y puntos fuertes detectados. En base a este análisis se propondrán líneas estratégicas a seguir en la organización para mejorar las áreas de mejora detectadas.

El Informe del Diagnóstico Interno de la organización deberá ser aprobado por el Comité de RSE para su posterior presentación al equipo directivo o/y otros departamentos de la organización mediante la convocatoria de la una reunión interna.

Consejo: En pequeñas organizaciones, se recomienda realizar un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades). Desde este punto, diagnosticar los grupos de interés que más importancia le confieren a nuestra empresa, evitando realizar valoraciones cuantitativas.

4.4. Fase III: Política y código de conducta, nuestro compromiso

El objetivo de esta fase es proporcionar una visión estratégica y de compromiso desde la organización con respecto a la sostenibilidad económica, social y ambiental. Para ello se realizará **una declaración del máximo responsable de la toma de decisiones** de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización así como su compromiso adquirido y sus estrategias para su consecución, esto se denomina “Política de Responsabilidad Social” y puede estar integrada en la visión, misión y valores de la organización.

Por otro lado, de forma voluntaria, se aconseja la redacción de un Código de Conducta de la organización que identifique los valores y principios fundamentales y que guíen el comportamiento de la organización con respecto a los principales grupos de interés, que deberá ser conocido por todos ellos.

Algunos de los contenidos mínimos que puede tener el Código de Conducta, son:

- Cumplimiento y de la legalidad
- Compromiso con los derechos humanos y laborales
- Protección del medio ambiente
- Seguridad y salud
- No discriminación
- Conciliación de la vida familiar y laboral
- Protección de datos
- Selección y formación del personal
- Anticorrupción: Obsequios, regalos y favores
- ...etc.

4.5. Fase IV: Plan de Acción de Responsabilidad Social

Una vez que la organización es consciente de su punto de partida y de la relación con sus grupos de interés, es preciso pasar a la fase de redacción del Plan de Acción de Responsabilidad Social.

El primer paso y uno de los más importantes, es la **formulación de los objetivos** y metas que se deseen conseguir, los cuales orientarán todas y cada una de las acciones a desarrollar. Estos objetivos serán medibles y realistas, basados en el diagnóstico inicial y enmarcados dentro de los grupos de interés identificados como prioritarios para la organización.

Tras la definición de los objetivos, es necesario **establecer los diferentes ámbitos o áreas** del Plan de Acción, centrados en los tres pilares del desarrollo sostenible. A modo de ejemplo, se muestran algunos ámbitos de actuación:



Gráfico 14: Ejemplos de ámbitos de actuación del Plan de Acción de Responsabilidad Social

Sobre estos ámbitos, se deben definir las acciones que contribuyan a la consecución de los objetivos.

Cada acción será definida con los siguientes atributos:

TÍTULO DE LA ACCIÓN	
OBJETIVO	Qué pretendemos conseguir
ÁMBITO	Ámbitos de actuación en materia de Responsabilidad Social: Económico, Social y/o Ambiental
GRUPOS DE INTERÉS	Con los que interacciona o beneficia
DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	Descripción de fases o actividades específicas
RECURSOS	Disponibles o necesarios para su realización
RESPONSABLES DE LAS ACCIONES	Dentro de la organización
VENTAJAS	Descripción de las ventajas para GI y organización
PLAZO EJECUCIÓN	Previsión de ejecución
INDICADORES	Datos que ayuden a la evaluación
EVALUACIÓN	Consecución y/o éxito de aplicación

Tabla 8: Definición de acciones del Plan de Acción de Responsabilidad Social

Consejo: La mayoría de las organizaciones realiza acciones en materia de responsabilidad social o incluso, una gestión responsable. Tan solo es necesario sentar las bases de esta gestión a través del Plan de Acción, documentarlo y hacer una evaluación. De esta forma, nuestra organización tendrá un sistema de RSE implantado.

El plan de acción puede tener el horizonte temporal que se desee, pudiendo realizarse de forma anual o bianual, no aconsejándose realizar planes cuya vigencia sea superior a los 5 años.

Consejo: es imprescindible que la definición del Plan de Acción en materia de responsabilidad social sea realizado con todas y cada una de las áreas o departamentos de la organización, nombrando responsables de su seguimiento. Si la organización es de menor tamaño o unipersonal, conviene que el responsable seleccione las acciones a ejecutar en función del impacto que generan sobre la organización.

Seguimiento y Evaluación: Definición de Indicadores RSE.

Para establecer el Plan de Acción en la organización es necesario un seguimiento y evaluación del mismo a través de la definición de indicadores Económicos, Sociales y Ambientales. Los indicadores pueden ser específicos para la organización o tomar como referente indicadores reconocidos de otras normas o estándares mundialmente reconocidos.



¿Qué es un indicador?

Es el instrumento que se utiliza para evaluar el grado de consecución de los objetivos o proyectos que conforman el plan de acción de responsabilidad social. La medición de los indicadores permite evaluar el desempeño frente a nuestras metas, objetivos y responsabilidades. Los indicadores deben tener las siguientes características:

- Exactos, inequívocos y específicos.
- Comprensibles y fáciles de interpretar.
- Accesibles y sencillos de obtener.
- Sensibles a los cambios.
- Válidos, verificables y reproducibles.

Consejo: Si eres una persona emprendedora o acabas de montar tu negocio, no olvides que la responsabilidad social tiene mucho que aportarte. La metodología que aquí se detalla es válida para todas las tipologías de organizaciones independientemente del tamaño y del sector. Aplica las diferentes fases y se responsable en tu gestión diaria, verás grandes ventajas competitivas.

4.6. Fase V: Evaluación

El grado de eficacia de las diferentes acciones vendrá determinado por factores internos y ajenos a la propia organización. La dificultad técnica u operativa para la implantación de las acciones, los costes económicos, el nivel de aceptación de los diferentes grupos de interés, imprevistos de última hora...etc. hacen necesaria la realización de un seguimiento y evaluación periódica tras la definición y ejecución del Plan de Acción.

Importante: La actual crisis está intensificando las exigencias de informar sobre los impactos no financieros, porque esta falta de transparencia deteriora la credibilidad ante los grupos de interés.

La evaluación permite diagnosticar que acciones han sido positivas y a su vez, reorientar las acciones que no han tenido los efectos esperados. Una vez llegado a este punto, la organización comenzará nuevamente el ciclo y lo integrará en su gestión diaria.

- Reconocerá el estado actual y fijará el nuevo punto de partida
- Formulará propuestas de mejora para las medidas no exitosas
- Mantendrá o mejorará las medidas de éxito
- Mantendrá el contacto con grupos de interés
- Considerará nuevas propuestas responsables para la gestión de la organización

MEJORA CONTINUA

La evaluación del Plan puede ser realizada en base a un sistema de indicadores previamente definido que esté coordinado a su vez con las acciones del Plan de Acción, de modo que puedan obtenerse diferentes tipos de indicadores económicos, sociales, ambientales o bien, indicadores por grupos de interés o ámbitos de actuación².

La metodología del Global Reporting Initiative establece un sistema de indicadores específicos categorizados en económicos, ambientales y sociales, a través de un tratamiento de la información acordado de manera que los datos que incluyen sean comparables año tras año.

No obstante, cada organización puede determinar su sistema de indicadores, siempre y cuando cumpla con los requisitos y características de un indicador válido. La siguiente tabla muestra algunos ejemplos de indicadores, que podrían analizarse (siendo variables en función de la tipología de cada organización)³.

² En el apartado 7. Herramientas y normas de gestión, se abordan diferentes normas y metodologías de evaluación y certificación de la responsabilidad social corporativa.

³ Los indicadores deberán tener unidades de medida para poder ser comparables periódicamente. Los indicadores presentados en la tabla ejemplo muestran únicamente algunos de los aspectos a medir, de los cuales surgirán nuevos indicadores de medida.

DIMENSIÓN ECONÓMICA	Resultados económicos anuales
	Empleo directo
	Estimación de empleo indirecto
	Compras a proveedores locales
	Inversión en I+D+i
	...etc.
DIMENSIÓN AMBIENTAL	Consumo de energía
	Producción de energías renovables
	Consumo de agua
	Ahorro y reutilización de agua
	Consumo de materias primas
	Uso de materiales reciclados
	Emisiones de Gases de Efecto Invernadero
	Residuos generados por tipología
	Gastos e inversiones medioambientales
...etc.	
DIMENSIÓN SOCIAL	Empleo directo
	Índice de siniestralidad
	Acciones de formación
	Costes de acciones formativas
	Beneficios sociales
	Patrocinios culturales, deportivos, ambientales...
	Reclamaciones de productos
	...etc.

Tabla 9: Ejemplo de sistema de indicadores para la medición de la responsabilidad social

4.7. Fase VI: Comunicando nuestra RSE



“Tan importante como evaluar, es comunicar”

Uno de los retos del futuro al que se enfrentan las organizaciones pasa por realizar una comunicación correcta y eficaz sobre su gestión responsable y social. Muchas de las acciones de responsabilidad social son consideradas filantrópicas a pesar de venir amparadas por la gestión responsable. Ahí reside la importancia de dar a cada acción su importancia, y a la responsabilidad social, la comunicación correcta.

“**Transparencia**”. En el significado de esta palabra reside la base de la comunicación eficaz. El qué comunicar, a quién comunicárselo y el cómo, tiene un claro denominador común, haciéndolo de forma transparente.



Gráfico 15: La comunicación de nuestra RSE



Somos la memoria que tenemos y la responsabilidad que asumimos, sin memoria no existimos y sin responsabilidad quizá no merezcamos existir”

Jose Saramago

➤ 5. BUENAS PRÁCTICAS EN RESPONSABILIDAD SOCIAL

Son muchas las organizaciones que empiezan a aplicar criterios de sostenibilidad y responsabilidad en su gestión diaria. Muchas de ellas, lo realizan de forma indirecta, sin establecer mecanismos de medida y comunicación. Muchas otras, lo hacen bajo el amparo de nuevos modelos de gestión empresarial. Unas y otras, contribuyen a la creación de valor compartido, poniendo en conocimiento de todas y cada una de las personas (empresarios/as, autónomos/as, personas empleadas, ciudadanía...etc.), los avances y logros en la búsqueda del equilibrio entre lo económico, social y ambiental.

La gran mayoría de las administraciones públicas trabajan conjuntamente y de forma individual la responsabilidad social. Es el caso de la **Red Nacional de Territorios Socialmente Responsables**, de ámbito nacional, y liderada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Esta red está integrada por un gran número de territorios locales, cuya misión es articular, integrar e implementar estrategias para el desarrollo de los territorios, mejorando la calidad de vida de sus habitantes. La Diputación de Granada es parte activa de la red, extendiendo y aplicando estos principios en la provincia granadina.

En el caso de la Diputación de Granada se impulsa la **Red provincial de territorios socialmente responsables**, que cuenta con entidades locales, agentes sociales y económicos, y entidades del tercer sector de la provincia granadina. Además, la Diputación de Granada cuenta con un **Programa de Responsabilidad Social**, donde aproxima este concepto a todos y cada uno de los agentes de interés de la provincia. Desde cursos, jornadas, pasando por contenidos de interés y otros apoyos, fomenta e informa sobre las ventajas y beneficios de la responsabilidad social.

Así mismo, cabe destacar el Proyecto **GRANADAEMPLEO II** cofinanciado por el Fondo Social Europeo (FSE). Este proyecto, liderado por la Diputación de Granada, cuenta con 37 entidades socias de la provincia. Su objetivo es favorecer el acceso al mercado de trabajo de personas desempleadas, especialmente de aquellas que tienen mayores dificultades, mediante el desarrollo de itinerarios integrados de inserción sociolaboral, así como el desarrollo de actuaciones en el marco del **Pacto por el Empleo de la provincia de Granada** en el que participan las entidades socias del proyecto.

5.1. ¿Qué es una Buena Práctica?

Dentro de la RSE y del plan de acción de cada organización, pueden establecerse diferentes acciones y proyectos para cada grupo de interés. Este conjunto de acciones,

llevadas a cabo por multitud de organizaciones que han apostado ya por la RSE, las denominamos “buenas prácticas”.

Pero... ¿qué es una buena práctica en el ámbito de la RSE? Podría definirse cómo:

Toda iniciativa dentro de la organización que propone formas de actuación innovadoras, sostenibles y eficaces para crear valor tanto a ella como a sus grupos de interés, y que son susceptibles de ser transferidas a otros contextos.

A continuación se exponen algunos criterios a tener en cuenta a la hora de identificar adecuadamente una buena práctica dentro de la organización:

- Que posea el respaldo y compromiso de participación de la dirección y gerencia.
- Que se trate de una iniciativa que proponga una nueva forma de actuación innovadora en su contexto.
- Que parta de una necesidad de la organización o de uno de sus grupos de interés.
- Que intervenga y afecte a un proceso clave de la organización o a uno de sus productos, servicios o actividades de atención directa.
- Que favorezca un impacto que demuestre mejoras en las condiciones de vida de las personas.
- Que implique a una asociación o varias para su desarrollo junto con otros actores sociales que existan.
- Que provenga de datos o evidencias contrastables, es decir que sirva para justificar su necesidad y demostrar sus resultados.
- Que posea garantías de continuidad y sea sostenible a largo plazo económicamente, técnicamente y desde el punto de vista organizativo.
- Que tenga la capacidad de que participen activamente todos los posibles agentes implicados.
- Que exista la posibilidad de intercambio de ideas y experiencias.
- Que posea los principios de igualdad de género e inclusión social.
- Que favorezca la capacidad de trabajo en red: colaboración con otras organizaciones o de entidades en el planteamiento, diseño y/o ejecución de la buena práctica.

5.2. Ejemplos de buenas prácticas en función de los grupos de interés

En las siguientes páginas, se muestran una serie de tablas en las cuales se detectan posibles iniciativas o buenas prácticas que podrían llevar a cabo las organizaciones de la provincia de Granada.

Así mismo, y con el fin de contribuir a la aplicación práctica de la guía, se muestran algunos ejemplos de buenas prácticas aplicadas por organizaciones del territorio nacional.



BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES dirigidas a PERSONAS EMPLEADAS

- Aplicar la igualdad de género y promover la elaboración e implantación de Planes de Igualdad.
 - Flexibilidad horaria: posibilidad de organizar horarios, reducciones de jornadas,...
 - Teletrabajo o diferentes modalidades de trabajo semipresenciales.
 - Igualdad salarial.
 - Posibilidad de acceder al empleo a través de contratos de prácticas.
 - Limitar la contratación temporal para casos excepcionales de producción o altos picos de trabajo.
 - Promover planes de empleo sociales, siempre hacia la recolocación de los trabajadores.
 - Incrementar las medidas en materia de prevención de riesgos laborales con el fin de reducir la siniestralidad, mejorar las condiciones de salud e higiene en el trabajo.
 - Establecer un Plan de Carrera Profesional.
 - Establecer un Plan de Política Retributiva.
 - Prioridad de selección de plantilla procedente de la provincia.
 - Inserción laboral de personas con discapacidad y otros colectivos desfavorecidos.
 - Implantar Planes de Acogida para favorecer la adaptación, integración y aprendizaje de las nuevas personas empleadas.
 - Desarrollar Planes llamados de MENTORING o COACHING, que favorecerán el diálogo entre el nuevo personal y el personal más experimentado o antiguo.
- Implicar al personal en la toma de decisiones de la organización.
 - Facilitar la formación del personal de la organización.
 - Realizar actividades de ocio y tiempo libre con los/as trabajadores/as.
 - Disponer de guardería propia o colaboraciones con guarderías de la zona.
 - Procesos de selección públicos y transparentes.
 - Implantar el Cheque Servicio.
 - Realizar encuestas de satisfacción entre el personal y de clima laboral.
 - Condiciones favorables para el trabajador/a cuando es despedido/a o jubilado/a.
 - Mejorar la comunicación interna a través de la realización de reuniones periódicas, buzón de sugerencias, intranet, tablón de anuncios, manuales, revistas internas...

CASO REAL

BADENNOVA SL (www.badenнова.com)

BUENA PRÁCTICA: Desayuno de Campeones. Apuesta por la alimentación saludable promoviendo la importancia del desayuno, como la comida principal del día y el desarrollo de una cultura corporativa que mejore el trabajo en equipo y el ambiente laboral.

IMPLEMENTACIÓN: Reunión de la plantilla de la empresa alrededor de una misma mesa para desayunar a media mañana. Durante el desayuno, se motiva la participación y el diálogo. Todo el personal se implica en su preparación, no hay rangos ni diferencias en las tareas. Se promueve la solidaridad y la empatía en la plantilla, así como la conciencia medio ambiental.



BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES dirigidas a CLIENTES

- Implantar mecanismos para conocer el grado de satisfacción de los clientes a través de la realización de cuestionarios de satisfacción, servicio de atención al cliente, recepción de quejas y sugerencias, buzón de sugerencias.
 - Posibilidad de implantar un sistema de análisis de reclamaciones y quejas.
 - Establecer protocolos de arbitraje para resolución de conflictos y reclamaciones.
 - Crear canales específicos para mejorar la comunicación con el cliente: teléfono de atención al consumidor, correo electrónico solo para clientes, elaboración de bases de datos de clientes, formularios web,...
 - Proporcionar información transparente, verídica y completa para que cualquier tipo de clientela pueda entenderla sin problema.
 - Principios éticos en el área de la comercialización y la publicidad.
 - Elaborar promociones fácilmente comprobables y que correspondan con la publicidad realizada.
 - Realizar charlas informativas para explicar o presentar nuestros productos y/o servicios.
 - Realizar acciones de información, transparencia y confidencialidad con los clientes.
- Colaborar con asociaciones de consumidores en campañas de transparencia y a modo de ayuda con los consumidores más desfavorecidos.
 - Crear y adaptar servicios o productos a colectivos con necesidades especiales, personas con discapacidad visual, física, psíquica, auditiva, de edad avanzada,...
 - Garantizar la inocuidad y seguridad de los productos y servicios.
 - Búsqueda de clientes territoriales y de la provincia.

CASO REAL

SUPERMERCADOS COVIRÁN (www.coviran.es)

BUENA PRÁCTICA:

Accesibilidad universal y diversidad de usuarios. Proceso de innovación en la gestión de sus puntos de venta incorporando la sensibilización en accesibilidad universal de usuarios a la gestión interna.

IMPLEMENTACIÓN:

Proceso de sensibilización en las diferentes áreas de negocio, con la realización de jornadas teórico-prácticas de sensibilización con personal de punto de venta, para formar y sensibilizar acerca del concepto de Accesibilidad Universal y diversidad. Covirán pretende consolidar y mejorar la calidad del servicio de atención al cliente final, teniendo en cuenta el gran número de clientes que acuden a sus puntos de venta con diferentes capacidades físicas, sensoriales y cognitivas.



BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES dirigidas a PROVEEDORES

- Diseñar un cuestionario para diagnosticar y evaluar a los proveedores.
 - Elaborar un catálogo de proveedores clasificados por grado de satisfacción, volumen de trabajo, expectativas,...
 - Elaborar un Código de Conducta para los proveedores que sirva de guía para seleccionar, contratar y verificar su cumplimiento.
 - Establecer una Política de Control del Código de Conducta y sobre su cumplimiento por parte de cada uno de los proveedores.
 - Establecer plazos de entrega y de pago razonables (relación mutua).
 - Dar prioridad a los proveedores locales, siempre que sea posible.
 - Realizar acuerdos de sensibilización conjuntos con proveedores habituales.
 - Trato personalizado (por ejemplo: felicitación en fechas especiales).
 - Establecer convenios de colaboración con proveedores que ayuden a mejorar el proceso.
 - Implantar una Política de Compras Verdes.
 - Establecer canales de diálogo con los proveedores.
- Subcontratación con centros especiales de empleo.
 - Servicio de atención a proveedores, recepción de quejas, reclamaciones y buzones de sugerencias.



CASO REAL

CESA SEGURIDAD SL (www.cesaseguridad.com)

BUENA PRÁCTICA:

Sistema de clasificación de proveedores.

IMPLEMENTACIÓN:

Preferencia a las empresas del territorio que cumplan criterios de confianza, calidad y precio establecidos. Para la clasificación se tiene en cuenta la conducta mostrada en el año anterior, realizando históricos de las relaciones con cada empresa. Se obtiene una valoración del servicio que permite discriminar a las empresas que no cumplen los requerimientos pactados y las medidas en materia de RSE. Si la conducta no es responsable socialmente, no se llega a ningún acuerdo comercial.

En el diálogo con el grupo de interés, la empresa CESA ofrece una política de acortamiento de los plazos de pago con las empresas proveedoras así como la firma de alianzas a largo plazo, lo que redunda en una mejora de la calidad del servicio prestado y precios más competitivos.

BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES dirigidas a la COMPETENCIA



- Compartir las buenas prácticas de RSE.
- Participación conjunta en actos y jornadas sobre RSE o gestión responsable.
- Elaboración de Códigos de Conducta Sectoriales y establecer firmas de compromiso.
- Crear asociaciones empresariales y participar activamente en ellas.
- Diseñar y participar en proyectos conjuntos con empresas de la competencia.
- Realizar talleres, cursos y jornadas formativas conjuntamente con otras empresas.

CASO REAL

SUNPOWER, HC ENERGÍA, PRAXIA, SMA, A. SOLAR, GENERALIA E IBERDROLA.

BUENA PRÁCTICA:

Eco-aldea de Nyumbani, Kenia. Las empresas coordinadas por energía sin fronteras (Esf) han demostrado que se puede colaborar con éxito, cuando se trata de llevar a cabo un proyecto de Cooperación, como ha sido la electrificación de la eco-aldea con una instalación solar fotovoltaica.

IMPLEMENTACIÓN:

Las empresas que han participado en este proyecto han sido: SUNPOWER donando paneles, HC energía con su aportación económica y con sus voluntarios corporativos, Praxia con su ingeniería de los soportes y tornillería, SMA con su donación para los equipos de inversores, A. Solar con la aportación de los soportes de las baterías, Generalia con su donación para los cuadros eléctricos y montaje, y finalmente Iberdrola, con su aportación financiera para poder terminar con éxito el proyecto. Empresas competidoras, con un objetivo común, que han realizado una obra que mejora la vida de unas personas que nacieron y viven en un lugar plagado de pobreza y enfermedades, como es Nyumbani.



BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES dirigidas al MEDIO AMBIENTE

- Apostar por la ecoeficiencia de productos, bienes y servicios.
 - Aplicar el ecodiseño hacia productos orientados a su reutilización y reciclaje, fácil desmontaje,...
 - Implantar certificaciones ecológicas como la Etiqueta Ecológica, sellos ambientales,...
 - Implantar Sistemas de Gestión Medioambiental: ISO, EMAS,...
 - Establecer una Política de Compras Verdes.
 - Realizar un control y seguimiento detallado de los consumos de agua y energía (y otras materias primas esenciales de la organización).
 - Implantar sistemas de producción más limpios que ayuden a reducir los consumos de energía y agua.
 - Realizar Ecoauditorías o Auditorías Verdes.
 - Realizar un Plan de Minimización de Residuos y/o emisiones.
 - Implantar sistemas de producción más limpios que reduzcan y favorezcan la eliminación y tratamiento de residuos peligrosos.
 - Colaborar con Asociaciones Medioambientales a través de la firma de acuerdos medioambientales.
 - Realizar una correcta gestión selectiva de residuos y/o subproductos (papel y cartón, vidrio, envases, materia orgánica, residuos peligrosos...).
- Implantación de Energías Renovables.
 - Participar en proyectos de mejora del medio ambiente fuera de la organización.
 - Ubicación de la empresa e integración paisajística adecuada.



CASO REAL

CAFÉ VERDE (www.escafeverde.com)

BUENA PRÁCTICA:

Tostadero sostenible de café. Apuesta por diferentes medidas para el apoyo del medio ambiente en su estrategia de negocio.

IMPLEMENTACIÓN:

A través de diferentes acciones, la empresa apuesta por la sostenibilidad desde todas sus vertientes:

- Auditoría ambiental de las instalaciones realizada por una Empresa de Servicios Energéticos.
- Medidas de ahorro energético en la fábrica utilizando energías renovables en iluminación, climatización y procesos térmicos.
- El tostador dispone de una caldera de biomasa como fuente energética en vez del gasoil tradicional. La biomasa es de pellets de madera de olivo autóctono de Jaén procesado por empresas de la comarca.
- El envasado de las cápsulas se realiza en material 100% biodegradable. Los vehículos de reparto son eléctricos o híbridos para rutas largas.

BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES dirigidas a las ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



- Desarrollar actuaciones medioambientales, sociales y económicas más allá del cumplimiento legal obligatorio.
- Colaborar con entidades públicas que ayuden a la promoción de la actividad económica, el empleo, sostenibilidad, protección de colectivos desfavorecidos, etc.
- Participar en consejos o reuniones de asesores o consultivos promovidos a nivel local o regional.
- Obtener mayor puntuación en contratos públicos por cumplir con las cláusulas sociales establecidas.
- Participar en iniciativas públicas sobre sostenibilidad y RSE.
- Participar en el desarrollo de actividades y acciones llevadas a cabo desde las Agendas 21 a nivel local.
- Convenios de colaboración con Administraciones Locales para contratar personas del territorio, vinculación al municipio, visitas a escolares,....

CASO REAL

BIOFUEL SYSTEMS (www.biopetroleo.com)

BUENA PRÁCTICA:

Investigación público privada para la producción de biodiesel a partir de algas.

IMPLEMENTACIÓN:

Firma de convenio con el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE) que define la caracterización del uso energético de las microalgas mediante tecnologías de extracción de aceite y producción de biodiesel. A través de este convenio, con una entidad pública, la organización podrá desarrollar su producto, buscando un mayor éxito y aprovechando los recursos endógenos, generando riqueza en el territorio a través de la mejora del medio ambiente.



BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES dirigidas al ENTORNO-SOCIEDAD

- Realizar donaciones tanto económicas como en especie a entidades no lucrativas (de carácter social, cultural, deportivo, medioambiental)
 - Destinar una partida presupuestaria a compras de comercio justo, empresas con trabajadores de colectivos en exclusión. Ejemplos: regalos de empresa, buzoneos, felicitaciones, limpieza...
 - Patrocinar eventos o actividades desarrolladas en la comunidad, relacionadas con la actividad económica o por afinidad con la organización. (Ejemplos: Competiciones Deportivas, Iniciativas Culturales,...)
 - Esponsorizar actos de entidades no lucrativas.
 - Ayudar en la difusión de acciones llevadas a cabo por ONGs. Usar canales como pueden ser la página web de la organización, apariciones en prensa, envíos de Newsletter y mailing.
 - Promover el voluntariado entre el resto de grupos de interés de la organización o de las personas trabajadoras.
 - Participar en proyectos de desarrollo local, como los promovidos dentro de la Agenda 21 Local.
- Financiar y/o participar en proyectos de investigación.
 - Financiar y/o participar en becas o acciones formativas.
 - Colaborar en campañas para captar fondos a favor de causas sociales locales.
 - Colaborar en campañas vinculadas a la venta de productos y servicios locales.
 - Conocer el grado de impacto o implicación en la sociedad de la empresa: Premios, reconocimientos recibidos en los últimos años.



CASO REAL

PERSAN SA (www.persan.es)

BUENA PRÁCTICA:

Promoción de acciones sociales y de voluntariado.

IMPLEMENTACIÓN:

La responsabilidad social corporativa de PERSAN no es una moda, sino que está en su ADN y forma parte de su ideario y valores, manifestado en la creación de la Fundación Persan (2006). La Fundación premiada por la Confederación de Empresarios de Andalucía, apuesta por la integración de los más débiles a través de la formación, capacitación e inserción laboral. Desde su creación ha orientado a unas 3.500 personas, impulsando programas de becas para jóvenes, creando una cátedra de investigación en el ámbito de la Ingeniería Química, y ejerciendo un compromiso en Andalucía con las condiciones laborales y la creación de empleo.

BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES dirigidas a ASOCIACIONES SECTORIALES Y OTRAS



- Pertenecer a alguna asociación y/o colaborar con alguna asociación al desarrollo. Ser miembro activo.
- Financiar y/o participar en proyectos conjuntos.
- Ayudar en la difusión de acciones llevadas a cabo por las asociaciones u otras entidades.
- Participar en proyectos de cooperación internacional.
- Colaborar con empresas del sector o multidisciplinares en busca de objetivos comunes.

CASO REAL

ANDALUCÍA BIOREGIÓN. CLUSTER BIOTECNOLÓGICO DE ANDALUCÍA (www.andalucibioregion.es)

BUENA PRÁCTICA:

Agrupación de empresas con una visión y misión común, posicionar la biotecnología como un catalizador del bienestar social y del desarrollo económico de Andalucía.

IMPLEMENTACIÓN:

Las empresas integrantes, potencian las fortalezas locales, basándose en la competitividad global. Se articulan actuaciones necesarias para conseguir los objetivos de interacción entre las entidades científicas, hospitalarias, tecnológicas e industriales. Así mismo, se impulsan proyectos de desarrollo competitivo y prestando servicios avanzados que incrementen la competitividad de las Empresas Biotecnológicas andaluzas y favorezcan la creación de empleo cualificado.

BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES dirigidas a FAMILIAS DE PERSONAS EMPLEADAS



- Establecer un canal de comunicación directo con las familias a través de un Buzón de sugerencias.
- Celebración del Día de la Familia, con el objeto de salir fuera de la organización tanto personal laboral, gerencia como familiares. También se pueden realizar acciones dentro de las propias instalaciones.
- Promover ayudas económicas a familias de personas empleadas con problemas puntuales u otro tipo de situaciones especiales.
- Jornadas de Puertas Abiertas.
- Concursos para hijos/as y familiares de trabajadores/as.



CASO REAL

GALLETAS GULLÓN SA (www.gullon.es)

BUENA PRÁCTICA:

Prácticas destinadas a las familias del personal. Por ejemplo, “Vístete de verde, viste Gullón”, “Colonias de verano” o “Bosque Gullón”.

IMPLEMENTACIÓN:

Las dos primeras actuaciones, han sido realizadas con hijos/as del personal de la organización. En la primera, a través de un concurso de dibujo, todo el personal de la planta cambió su vestuario por el dibujo de niño/a ganador/a. Las colonias de verano, pretenden mezclar aventura, diversión y formación en diferentes campamentos de verano destinados a los más jóvenes de la familia. Por último, Bosque Gullón tuvo por objeto la plantación de especies arbóreas en los entornos de la organización, con las familias de los trabajadores, cumpliendo el doble objetivo social y ambiental.

BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES dirigidas a MEDIOS DE COMUNICACIÓN



- Desarrollar campañas de marketing coherentes.
- Canales de comunicación directos con prensa, tv y radio. Reuniones periódicas.
- Asistencias a jornadas y eventos que se realicen por ambas partes.

BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES dirigidas a ENTIDADES FINANCIERAS



- Colaboraciones conjuntas.
- Información y Transparencia.
- Establecer canales de comunicación directos. Existencia de un diálogo entre ambas partes.

Cabe destacar la gran cantidad de acciones por grupo de interés que pueden realizarse, así como su transversalidad, una acción puede contribuir a fomentar la relación con uno o más grupos de interés. Por ejemplo, si vamos a realizar una plantación de árboles en el entorno de nuestra organización, con empleados/as y familiares de empleados/as estaremos trabajando al menos, los grupos de interés: personal, familias, medio ambiente y sociedad.

Muchas de las organizaciones ya realizan acciones de forma independiente, que pueden integrar en su política de responsabilidad social. No es necesario que se realicen “todas”, sino que tras el diagnóstico y priorización, se se-

leccionarán los grupos de interés prioritarios para la definición del Plan de Acción, siempre adaptado al tamaño y funcionalidad de la empresa, tanto en número de acciones, presupuesto y desarrollo.

En otro nivel, es necesario mencionar al trabajador/a autónomo/a. Son muchas las personas que también han desarrollado acciones de RSE, antes incluso de definirse el término, y lo han hecho de forma aislada, intuitiva, por iniciativa y responsabilidad de la persona al frente del negocio. Muchas de las iniciativas o buenas prácticas mencionadas anteriormente pueden ser y son realizadas actualmente por personas autónomas o micro pymes.



HERRAMIENTAS Y NORMAS
DE GESTIÓN DE RSE.



Si podemos formularnos la pregunta: ¿soy o no soy responsable de mis actos?, significa que sí lo somos”

➤ 6. HERRAMIENTAS Y NORMAS DE GESTIÓN DE RSE.

¿Qué son las herramientas o normas de gestión de RSE? ¿Cuáles existen? ¿Cuál es la más adecuada a mi organización? ¿Qué beneficio puedo obtener? ¿Debo certificar mi Sistema RSE?... Todas estas preguntas son importantes para una organización cuando quiere comenzar a implantar la RSE, y la presente Guía quiere ayudar a resolverlas.

6.1. ¿Qué son las herramientas y normas de gestión de RSE?

Herramientas de evaluación, gestión y planificación estratégica que ayudan a las organizaciones a identificar acciones para mejorar sus resultados sociales, ambientales y financieros.

6.2. Herramientas y normas de gestión RSE

Existen una gran variedad de sistemas, normas y certificaciones relacionadas con la RSE. A continuación se muestran una descripción de las más importantes.

Global Reporting Initiative (GRI)

Global Reporting Initiative es una organización cuyo fin es impulsar la elaboración de **Memorias de Sostenibilidad** en todo tipo de organizaciones. GRI posee un completo sistema o herramienta para la elaboración de las llamadas **Memorias de Sostenibilidad**, incluyendo los impactos económicos, sociales y ambientales de una organización.

Se puede resumir en que las principales directrices de GRI hacen referencia a cuatro principios:

- Materialidad
- Participación de los grupos de interés
- Contexto de sostenibilidad
- Exhaustividad

Para ello, establece indicadores específicos categorizados en económicos, ambientales y sociales, a través de un tratamiento de la información acordado de manera que los datos que incluyen sean comparables año tras año.

GRI puede combinarse con otras normas o sistemas que se explicarán en este mismo apartado, como pueden ser el Pacto Mundial y la Norma AA1000. GRI hace referencia a los principios del Pacto Mundial, y a día de hoy se puede decir que son "más compatibles" debido al trabajo de cooperación entre las dos entidades creadoras.

En estos momentos el Global Reporting Initiative posee su actualización o versión número 4. Por ello se puede afirmar que se trata de una metodología en constante cambio y que se actualiza periódicamente, con el fin de mejorar y responder a las tendencias actuales.

AA1000 AS

Fue creada por el **Instituto AccountAbility**. Se define como la **Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad**. Se trata de una herramienta de aplicación general para evaluar, certificar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias. Se define como una norma de procedimiento y se inspira claramente en la filosofía de calidad y mejora de las normas ISO 9000.

Las principales directrices de las normas AA1000 son tres:

- Inclusividad
- Relevancia
- Capacidad de Respuesta

Entre ellos el de Inclusividad es fundamental y es imprescindible para alcanzar el resto de directrices.

Principalmente, el proceso que regula esta norma se dirige a mejorar la rendición de cuentas en relación con los grupos de interés de la organización.

La serie de normas AA1000 es útil para el monitoreo y la evaluación de GRI, además de poseer elementos complementarios y vínculos con la ISO 26000 (analizada en apartados posteriores).

SA8000

Puede definirse como una **Norma certificable enfocada especialmente a las Condiciones de Trabajo**. Se basa en la realización de un **Código de Conducta** basado en las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño.

Su principal objeto es el de orientar a la organización hacia sus impactos sociales. Se centra principalmente sobre el trabajo

infantil, el trabajo forzoso y obligatorio, la seguridad y la salud en el trabajo, los derechos de sindicación y de negociación colectiva, la discriminación, las medidas disciplinarias, el horario de trabajo, la remuneración y los sistemas de gestión. Es decir haciendo referencia a la “negatividad de las condiciones de trabajo inhumanas”.

Es una de las pocas normas que es certificable, aunque sólo certifica a nivel de instalaciones y no toda la organización.

¿Cuáles son las diferencias entre SA8000 y AA1000?	
SA8000	AA1000
Carácter voluntario.	Carácter voluntario.
Centradas en las condiciones de trabajo.	Centradas en el PROCEDIMIENTO y en los estándares de proceso.
Sus directrices se apoyan en Declaración Universal de los Derechos Humanos, Organización Internacional del Trabajo, etc.	Para asegurar la calidad de los procesos. Incorporan aspectos metodologías como pueden ser la ISO 9000, ISO 14000,...
Escasa implicación de los stakeholders o grupos de interés.	Alta implicación de los stakeholders o grupos de interés.
Certificable.	No es certificable.
Auditoría externa sólo al final del proceso.	La participación externa (asesoría y/o auditoría) es necesaria durante todo el proceso.
Implantación de un sistema de gestión social.	Es necesario integrarla con los sistemas de gestión de la organización.

Tabla 10: Diferencias entre SA8000 y AA1000

Sistema EFR – Empresa Familiarmente Responsable

Fue creado por la **Fundación MASFAMILIA** y principalmente se basa en la **“Conciliación de la vida personal, familiar y laboral.”** Puede definirse como la necesidad de compaginar trabajo con responsabilidades familiares, personales y con el preciado tiempo libre.

Se trata de un sistema que tiene como fin obtener un sello, por lo tanto es certificable. Dicho sello recibe el nombre de **Certificado Empresa Familiarmente Responsable (EFR)** y actualmente está promovido por la Fundación +Familia, contando con el aval del **Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.**

Principalmente reconoce a las organizaciones que han incorporado en su sistema de gestión un sistema de Responsabilidad Social Interna, a través del cual se trabaja el ámbito de la **Conciliación Empresa – Persona.**

Se distinguen dos tipos de modelos EFR atendiendo al número de trabajadores de la organización:

- Efr 1000-1 para grandes y medianas empresas
- Efr 1000-2 para pequeñas y medianas empresas

ISO 26000

Se trata de una norma internacional desarrollada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO). No es una norma certificable, pero en muchos países se ha adaptado a guías o incluso normas y especificaciones certificables.

La ISO 26000 establece directrices sobre responsabilidad social relacionadas con el medio ambiente, los derechos humanos, las prácticas laborales y de negocio justas, la dirección de la organización, la participación en la comunidad y desarrollo social, la protección de los consumidores, etc.

Sus características principales son dos y ambas se centran en la necesidad de que exista una voluntad dentro de las organizaciones de:

- Incorporar consideraciones sociales y ambientales en su toma de decisiones y
- Rendir cuentas por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente.

Puede destacarse que no se trata de una norma de sistema de gestión y no es adecuada para evaluar la conformidad o propósitos de certificación.

UNE 165010 EX

Puede definirse como la norma o Guía Española que trabaja la **“Ética. Sistema de gestión de la responsabilidad social en la empresa”**. Actualmente es experimental y, por tanto, no “certificable” y se trata de la adaptación de la ISO 26000 en España.

Desarrollada por AENOR en 2009, establece los criterios para mejorar la Responsabilidad Social de la organización y puede ser utilizada por cualquier organización independientemente de su tamaño o sector. Está basada en respetar siete principios esenciales de la responsabilidad social:

PRINCIPIOS ESENCIALES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL SEGÚN UNE 165010 EX

1. Rendición de cuentas de la organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad, la economía y el medio ambiente.
2. Transparencia de la información garantizando que sea suficiente, accesible y entendible.
3. Comportamiento ético basado en los valores de honestidad, equidad e integridad.
4. Respeto a los intereses de las partes interesadas.
5. Respeto al principio de legalidad.
6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento.
7. Respeto a los derechos humanos.

RS 10

Fue aprobada por la Asociación Española de Normalización y Certificación en 2009, a partir del borrador de la norma internacional ISO 26000 y de la norma española UNE 165010 EX. Establece una serie de requisitos cuyo cumplimiento permite la obtención de una “**certificación**” por la organización.

Se podría decir que la **Especificación RS 10** probablemente sea un referente mundial, al ser el uno de los estándares europeos sobre responsabilidad social y que engloba en una sola certificación el compromiso empresarial con el desarrollo sostenible (ámbito económico, ambiental, social) y de gobierno corporativo.

FORETICA SGE 21

La **Norma SGE 21** fue la primera especificación española que establece los requisitos que debe cumplir una organización para integrar en su gestión la Responsabilidad Social. Promueve un sistema de gestión ética y socialmente responsable. Fue desarrollada por la organización **Forética**, Foro para la Evaluación de la Gestión Ética.

La norma presenta nueve áreas de gestión que establecen sus requisitos. Las áreas que intervienen son:

- Alta dirección
- Clientes
- Proveedores
- Personas que integran la organización
- Entorno social
- Entorno ambiental
- Inversores
- Competencia
- Administraciones públicas

Se trata de una norma de aplicación sencilla, pues sus requisitos no son muy exigentes. Aún así el número organizaciones certificadas es escaso.

WORLD COB-CSR

Se trata de una Norma Internacional desarrollada y certificable por **World Confederation of Businesses (WORLD COB)** que establece los requisitos que debe cumplir una organización para que sea reconocida por sostener una po-

lítica de RSE. La organización, como en el resto de guías o normas, deberá adherirse a una cultura de valores éticos y mantener un sistema de gestión basado en la Responsabilidad Social Empresarial¹.

¹ Se puede encontrar más información en su página web oficial: www.worldcob-csr.com.

PACTO MUNDIAL

Naciones Unidas lanzó lo que se conoce por todos como **Pacto Mundial**. Su metodología reside en la aplicación y cumplimiento de diez principios basados en declaraciones y convenciones universales, que están divididos en cuatro áreas principales:

- **Derechos humanos**
- **Normas laborales**
- **Medio ambiente**
- **Lucha contra la corrupción**

A continuación se detallan brevemente los 10 principios del Pacto Mundial:

LOS 10 PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	
DERECHOS HUMANOS	Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
NORMAS LABORALES	Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.
	Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
	Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
	Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
	Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
MEDIO AMBIENTE	Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
	Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
	Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN	Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

Tabla 11: Los 10 principios del Pacto Mundial.

Dentro de Pacto Mundial existe la posibilidad de ser una organización firmante o socia. **¿Cuál es la diferencia?** Una organización puede hacerse firmante si “comparte el objetivo del Pacto Mundial ya que se dispone en la organización de una gestión ética basada en los 10 Principios del Pacto Mundial”. Mientras que si la organización quiere participar de una manera activa en la iniciativa de RSE a nivel mundial, deberá hacerse socio/a y para ello tendrá que abonar

una cuota anual que dependerá del número de trabajadores de la organización.

Cualquier organización que se adhiera al Pacto Mundial deberá de elaborar anualmente lo que se conoce como **INFORME DE PROGRESO**. En el informe las organizaciones contarán sus avances en las materias del Pacto como sistema de autoevaluación.

TABLA RESUMEN Y COMPARATIVA DE LAS NORMAS Y HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE RSE

SA8000	PROCEDENCIA	CERTIFICABLE	PILAR BASE	GRUPOS DE INTERÉS	DOCUMENTO RESULTANTE	WEBS DE REFERENCIA
GRI	Internacional	SI	Desarrollo Sostenible	Alta implicación	Memoria de Sostenibilidad	www.globalreporting.org
AA1000 AS	Internacional	NO	Procedimiento y Estándares de Proceso	Alta implicación	Informe de Sostenibilidad	www.accountability.org
SA8000	Internacional	SI	Condiciones de trabajo	Escasa implicación	Código de Conducta	www.sa-intl.org
Sistema EFR	Española	SI	Conciliación de la Vida Familiar y Laboral	Escasa implicación	Modelo EFR.	www.certificadoeffr.org
ISO 26000	Internacional	NO	Desarrollo Sostenible	Alta implicación	Sistema de Gestión RSE	www.iso.org
UNE 165010 EX	Internacional	NO	Desarrollo Sostenible	Alta implicación	Sistema de Gestión RSE	www.aenor.es
RS 10	Española	SI	Desarrollo Sostenible	Alta implicación	Sistema de Gestión RSE	www.aenor.es
FORETICA SGE 21	Española	SI	Gestión ética y socialmente responsable	Alta implicación	Sistema de Gestión RSE	www.foretica.org
WORLD COB-CSR	Internacional	SI	Desarrollo Sostenible	Alta implicación	Sistema de Gestión RSE	www.worldcob-csr.com
PACTO MUNDIAL	Internacional	NO	Principios Naciones Unidas	Alta implicación	Informe de Progreso	www.pactomundial.org

Tabla 12: Comparativa de las Normas y Herramientas de Gestión de RSE

6.3. ¿Certificar o no certificar el Sistema de Gestión RSE?

Existen multitud de normas, guías o herramientas que pueden seguirse para implantar sistemas de gestión basadas en la RSE de las organizaciones. Por ello al llegar a este punto, es importante preguntarse ¿Debo o no certificar mi sistema de RSE?

La respuesta dependerá del tipo de organización y de nuestras expectativas. El valor añadido y por lo que una organi-

zación implanta cualquier herramienta de RSE, debe basarse en la mejora de la triple cuenta de resultados: es decir en la eficacia económica, el respeto por el medio ambiente y la gestión social. Por ello, en ocasiones no es necesario certificación a excepción de que se requiera de un reconocimiento oficial.

Es más importante que la organización conozca, aplique y evalúe internamente su comportamiento responsable, sea capaz de comunicar a todos sus grupos de interés las acciones que se realizan dentro del Sistema de Gestión de RSE y evalúe los resultados para la mejora continua de su organización en los ámbitos económico, social y ambiental.

6.4. El futuro de la RSE

Es conveniente mencionar los avances en materia de responsabilidad social de las diferentes instituciones tanto nacionales como internacionales. Así, en el ámbito europeo, ha sido publicada en el año 2011 la comunicación relativa a RSE **“Una nueva estrategia de la UE 2011-14 sobre Responsabilidad Social Corporativa”** que supone un cambio frente a la visión anterior y recoge cambios solicitados por diferentes instituciones implicadas.

A nivel nacional, la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible, en su Capítulo **VI: Responsabilidad social de las empresas**, deja patente la promoción de la responsabilidad social y la necesidad de que las empresas, especialmente las pequeñas y medianas empresas, desarrollen y apliquen la RSE en el ámbito empresarial.

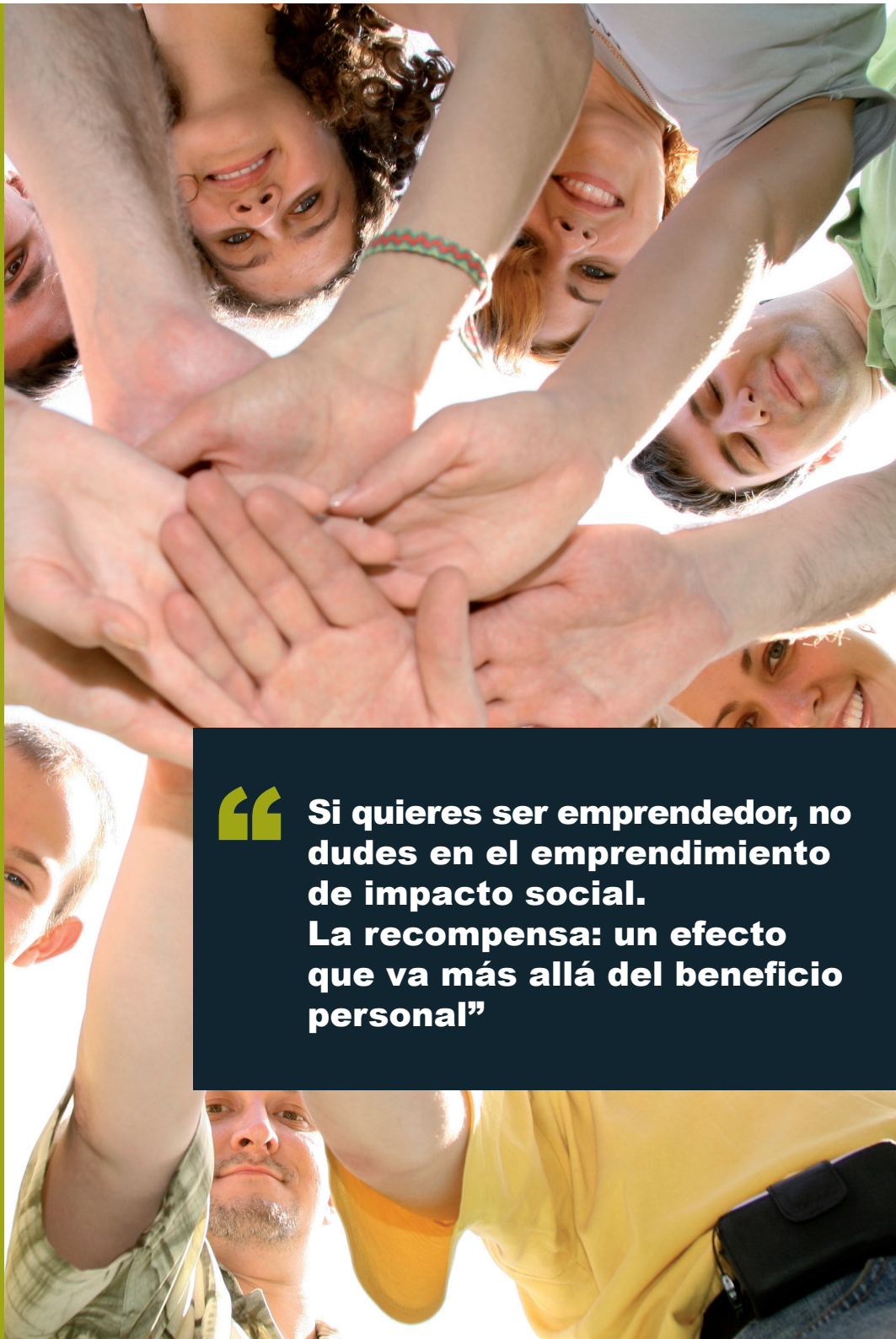
El **Consejo Estatal de la Responsabilidad Social (CERSE)**, creado a instancia de la Subcomisión parlamentaria para promover y potenciar la responsabilidad social de las empresas, es un órgano paritario formado por diferentes vocales representando a la Administración, organizaciones

sindicales, organizaciones empresariales e instituciones de prestigio en el ámbito de la RSE. Su función es ser un órgano asesor y consultivo del Gobierno (no ejecutivo) que identifica y promueve mejores prácticas y propone las políticas de responsabilidad social al Gobierno.

Otra de las peticiones y sobre la cual se está trabajando actualmente es la aprobación de la **Estrategia Española de RSE** cuyo objetivo es “favorecer el desarrollo de las prácticas responsables de las organizaciones públicas y privadas con el fin de que constituyan el motor que guíe a la transformación del país hacia una economía más competitiva, productiva, sostenible e integradora”.

A la vista de los avances en normativa y reglamentación de carácter europeo y nacional, puede concluirse que la responsabilidad social se encuentra en constante cambio, mejorándose cada vez más los mecanismos que permiten establecerla en las organizaciones, buscando la mejora continua, ser más competitivos y mejorando en última instancia, nuestra sociedad.

EMPRENDIMIENTO
SOCIAL Y SOSTENIBLE



Si quieres ser emprendedor, no dudes en el emprendimiento de impacto social. La recompensa: un efecto que va más allá del beneficio personal”

➤ 7. EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y SOSTENIBLE

7.1. ¿Qué es una empresa social?

Actualmente nuestra economía se basa en una sociedad de consumo dentro de la globalización existente a nivel mundial. Es decir la economía y rentabilidad de nuestras organizaciones poseen valores muy lejanos a la ética, la responsabilidad social y el desarrollo de territorios rurales. Se fomenta sobre todo el beneficio económico y financiero antes que el valor social, cultural y humano. Por todo ello el emprendimiento social es necesario, pero realmente ¿A qué se refiere realmente?

Actualmente no existe una definición generalizada sobre el concepto de Empresa Social. Una posible definición sería **“toda organización creada con el objeto principal de que su actividad económica genere un impacto positivo en la sociedad”**.

El Emprendimiento social es necesario que se visualice como una alternativa sostenible, humana y responsable al actual modelo económico. Cualquier organización puede transformarse en una **“empresa social”** (bien sea lucrativa o no lucrativa). Lo que las caracteriza a todas es su misión social y la búsqueda de ser financieramente independientes o rentables.

Según la Comisión Europea la definición de una empresa social es:

“Aquella cuyo objetivo primario es lograr impacto social más que generar beneficio para sus propietarios”

Se basa en los siguientes aspectos:

- Maniobrar en el mercado a través de la producción de bienes y servicios de un modo emprendedor e innovador
- Utilizar los excedentes para alcanzar los objetivos sociales planteados
- Gestionar la organización de un modo responsable y transparente
- Involucrar a todos los niveles a trabajadores, clientes y grupos de interés

Aunque no existen estadísticas aglutinadoras sobre empresas sociales, según la Comisión Europea la economía social posee un gran número de empresas sociales que emplean a más de 11 millones de ciudadanos de la UE, lo que supone el 6 % del empleo total¹.

¹ Fuente: www.ec.europa.eu/internal_market/social_business

Centros Especiales de Empleo (CEE) y Empresas de Inserción (EIs)

Existen dos tipos de organizaciones con un denominador común, la integración laboral de las personas. Son los llamados Centros Especiales de Empleo (CEE) y las Empresas de Inserción (EIs).

¿Qué son cada una de ellas y cuáles son sus objetivos?

- **Los Centros Especiales de Empleo (CEE)** nacen en 1985 como fórmula de empleo para personas con discapacidad. Su objetivo principal es la **integración laboral** y por tanto social **de personas con discapacidad**. Son empresas promovidas principalmente por asociaciones de personas con discapacidad y/o sus familiares, sin perjuicio de que cualquier persona física o jurídica pueda constituir una. (Fuente: www.feacem.es)

Para obtener la calificación como Centro Especial de Empleo, las empresas deben contar en su plantilla con un **mínimo del 70% de trabajadores/as con discapacidad** y solicitar la correspondiente calificación a la administración competente.

Este tipo de organización posee como objetivo principal paliar la baja incorporación de las personas con discapacidad al mercado laboral, desde el punto de vista de la equidad y de la igualdad de oportunidades. Otros objetivos que desean trabajar y que están incluidos en su visión del 2020 son:

1. EMPLEABILIDAD. Aumentar el empleo y la empleabilidad de las personas con discapacidad, para alcanzar el objetivo de cumplimiento de la estrategia europea para el año 2020 para el colectivo de personas con discapacidad.

2. COMPETITIVIDAD. Desarrollar organizaciones competitivas, eficientes, creadoras de valor añadido y capaces de maximizar el retorno ofrecido como contrapartida a las ayudas recibidas.

3. CONFIANZA. Ahondar en la confianza y visibilidad de los centros especiales de empleo como entidades.

Según datos del INEM (2011) en España hay **2.215 Centros Especiales de Empleo en los que trabajan 71.815 personas con algún tipo de discapacidad**. Por ello podría afirmarse que se encuentran entre los mayores empleadores del país y si partieran de que fueran una única empresa, se situaría entre las mayores de España en términos de número de trabajadores.

- **Las Empresas de Inserción (EIs)** son empresas cuyo principal objetivo es la **lucha contra la pobreza y la exclusión social**. Son iniciativas que combinan el fin empresarial con metodologías de inserción laboral en la misma empresa, en una empresa ajena o en proyectos de autoempleo. Principalmente las personas destinatarias de la inserción sociolaboral son aquellas en situación o riesgo de exclusión social que se encuentran en desempleo y con problemas importantes para integrarse en el mercado de trabajo ordinario.

Su objetivo principal es la **INSERCIÓN** de personas con rentas mínimas de inserción; desempleados de muy larga duración; jóvenes que no hayan finalizado el período de escolaridad obligatoria y se encuentren en situación de desempleo; ex-toxicómanos que se encuentren en proceso de rehabilitación y reinserción social; internos de centros penitenciarios y ex-reclusos en situación de desempleo; otros colectivos como son: minorías étnicas, inmigrantes o personas con cargas familiares no compartidas y en situación de exclusión.

Para ello, la organización propone un **ITINERARIO DE INSERCIÓN**. Se trata de un plan de trabajo personalizado que fija el camino planificado hacia la consecución de la integración en el mercado laboral. Los itinerarios de inserción están formados de las siguientes etapas:

- 1.- Servicio de acogida y asesoramiento. Diagnóstico de la situación de la persona.
- 2.- Plan de trabajo individualizado.
- 3.- Pre-talleres laborales. Recuperación de aprendizajes necesarios.
- 4.- Talleres de especialización laboral. Perfección de conocimientos y habilidades.
- 5.- Empresa de inserción. Se pone en práctica lo aprendido en las fases anteriores.
- 6.- Entrada en el Mercado de trabajo ordinario.

A continuación se detallan algunos ejemplos de organizaciones y proyectos sociales a nivel nacional:

GESTIÓN ECOLÓGICA DE RESIDUOS AVALON (GERA SL)

UBICACIÓN: C/ Diseño, 8, P. Industrial La Rosa, F5, Chauchina, 18330, (Granada).



DESCRIPCIÓN:

Fundada por la asociación AVALON. GERA es una empresa de inserción sociolaboral (E.I) que da continuidad y soporte a dicha asociación dotándola de infraestructura para el mantenimiento de talleres ocupacionales.

GERA se crea para tratar de solucionar dos asuntos fundamentales:

- El reciclado de aceites vegetales usados, residuo contaminante.
- La inserción laboral de personas en riesgo de exclusión social.

WEB: www.gerasl.com

SERVITELCO. SERVICIOS SOCIALES DE TELECOMUNICACIONES

UBICACIÓN: Delegaciones en Madrid, Sevilla y Barcelona.

Edificio Invarsa, Camino de las Erillas S/N - 41920 - San Juan de Aznalfarache (Sevilla)



DESCRIPCIÓN:

Es un Contact Center Multicanal operando en la modalidad de Centro Especial de Empleo. Cuentan con tres centros operativos e interconectados entre sí, que permite ofrecer servicios en horario 24x7. Las 3 plataformas están acondicionadas con la última tecnología y adaptadas con todos los elementos necesarios para que personas con algún tipo de discapacidad pueda trabajar con absoluta normalidad.

WEB: www.servitelco.com

GRUPO FUNDACIÓN SAN CEBRIÁN**UBICACIÓN:** Plaza de Juan XXIII, 5 - 34005 - Palencia**DESCRIPCIÓN:**

Entidad sin ánimo de lucro, cuya misión es proporcionar los apoyos necesarios para que las personas con discapacidad intelectual y sus familias, disfruten de calidad de vida en condiciones de igualdad de oportunidades con el resto de la ciudadanía.

Su actividad principal es la de dar respuesta asistencial tanto el Centro de Día como en viviendas. También, la gestión de programas necesarios y complementarios como socio-sanitario, voluntariado, intermediación social, Voluntariado Europeo, Cooperación al desarrollo e intercambios internacionales.

WEB: www.fundacionsancebrian.com**Para más información:**

Si desea obtener más información sobre Centros Especiales de Empleo o Empresas de Inserción en la Comunidad de Andalucía, puede visitar los siguientes sitios web:



Asociación de Empresas de Inserción de Andalucía (EIDA). Una organización sin ánimo de lucro que agrupa a una serie de Entidades Promotoras y Empresas de Inserción dedicadas a la inclusión socio-profesional de colectivos desfavorecidos.

www.eida-andalucia.com



Asociación de Centros Especiales de Empleo de la Comunidad Andaluza. (ACECA)

www.aceca.es

El Emprendimiento Social

“Cambio social”, “valor social” o “criterios empresariales”,... existen multitud de términos unidos al Emprendimiento Social y a los Emprendedores/as Sociales. Pero en este aspecto las empresas sociales u organizaciones granadinas se centrarán en la **MOTIVACIÓN COMÚN O SOCIAL**.

Todo emprendimiento social tendrá una **MOTIVACIÓN COMÚN** basada en dos aspectos: **LA CONCIENCIA DE UN PROBLEMA SOCIAL** unido a **LA VOLUNTAD DE RESOLVERLO**.



Gráfico 16: Concepto de emprendimiento social.

Dentro del Emprendimiento Social destacan palabras clave como pueden ser la colaboración solidaria, la coparticipación, la democracia...etc.

basadas en un doble y complejo sistema de dos valores diferentes (el financiero y económico, junto con el valor ético y social).

El emprendimiento social depende sobre todo de las características del emprendedor/a social, sobre su manera de actuar y gestionar su actividad empresarial. Es importante destacar que este tipo de actividades empresariales están

Esta duplicidad lleva a la necesidad de una mayor diversidad en sus habilidades. ¿Le gustaría conocer si posee algunas de esas habilidades? A continuación se muestran algunas habilidades del emprendedor social:

HABILIDADES DE LOS/AS EMPRENDEDORES/AS SOCIALES

- Persona optimista, empática y compasiva
- Capacidad para valorar el impacto social más allá del financiero
- Conciencia cultural y habilidades sociales
- Capacidad para comunicarse con los clientes, proveedores y grupos de interés
- Capacidad para construir equipos eficaces
- Capacidad para realizar una correcta comunicación interpersonal
- Capacidad para gestionar el desarrollo estratégico
- Pensamiento innovador y alta Creatividad
- Sentido ético e imperativo moral
- Capacidad para la resolución de conflictos
- Capacidad para desarrollar relaciones de colaboración
- Capacidad para crear y evaluar la viabilidad e implantación de un plan de negocio
- Capacidad para identificar, evaluar y explotar oportunidades
- Deseo y habilidad para hacer crecer la organización
- Capacidad para gestionar correctamente a las personas
- Compromiso con la ayuda a las personas
- Capacidad para identificar problemas sociales
- Confianza en el éxito al acometer una tarea
- Voluntad de asumir riesgos

El Plan de Empresa

A la hora de abordar el Emprendedurismo es importante hacer referencia al PLAN DE EMPRESA. Pero ¿que es un Plan de Empresa? **No existe una definición como tal, pero una de ellas podría ser:**

Documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera de la misma, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto.

Dentro de este documento cabe destacar que a la definición anterior habría que incluirle un matiz. No solo debe de examinarse la viabilidad técnica, económica y financiera, sino que también habría que reflexionar y estudiar su viabilidad social y medio ambiental. Por ello se propone un cambio en la definición actual, llevando a una correcta y completa definición de Plan de Empresa:

Documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica, financiera, social y medioambiental de la misma, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto.

Viabilidad social y ambiental... ¿Qué debe tenerse en cuenta?

Nuestro plan de empresa debe ser equilibrado en las componentes económica, social y ambiental. La organización nace para satisfacer una necesidad y prima el objetivo económico, pero la responsabilidad social hace que no sea únicamente este el fin. A modo de ejemplo se citan a continuación los aspectos a tener en cuenta e incluir en nuestro plan de empresa:

SOCIAL

Número de puestos de trabajo creados en función de sus características:

- Sexo
- Edad
- Población inmigrante o extranjera
- Personas en riesgo de exclusión

Del mismo modo, deberán analizarse el volumen de compras o materias primas necesarias primando en la compra a proveedores locales. Otro aspecto importante y que se detalla a lo largo de la guía, es la contribución social que puede realizar la organización en el aspecto colaborativo, con asociaciones del territorio de diversa índole.

Todos estos aspectos deberán estar definidos en nuestro plan de empresa, junto con todas las variables económico – financieras, analizando los pilares ambientales y sociales.

AMBIENTAL

Análisis del ciclo de vida del producto o servicio a prestar por nuestra organización en los siguientes términos² :

- Minimización de residuos
- Sustancias tóxicas y peligrosas
- Eficiencia energética (consumos estimados de energía)
- Eficacia en el uso del agua (consumos estimados de agua)
- Aprovechamiento de subproductos
- Emisiones de gases de efecto invernadero

En el caso de que sea necesario la construcción o rehabilitación de instalaciones, deberán tenerse en cuenta, la arquitectura bio-climática o bioconstructiva.

En cuanto al trabajo diario, es necesario que el plan de empresa analice los consumos necesarios así como el volumen de residuos a generar y su tratamiento posterior.

² Para determinados tipos de actividad, es necesario consultar la Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental, donde se regulan los impactos ambientales de determinadas actividades económicas.

Convocatoria de premios o reconocimientos de proyectos sociales

Son muchas las instituciones, entidades y organizaciones de diversos ámbitos que convocan premios y reconocimientos a proyectos sociales. A modo de ejemplo, pueden mencionarse algunos reconocimientos realizados por distintas organizaciones:

INICIATIVAS INSTITUCIONES FINANCIERAS		
ENTIDAD	NOMBRE PREMIO	DESCRIPCIÓN DEL RECONOCIMIENTO
OBRA SOCIAL DE CAJA GRANADA	PLAN DE AYUDAS A PROYECTOS DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL "AYUDAMOS A LOS QUE AYUDAN"	Colabora, de forma activa, en la lucha contra la pobreza en el mundo, fomentando el desarrollo económico y social a través de ayudas a zonas deprimidas de países empobrecidos.
BANCO SANTANDER	CONVOCATORIA DE PROYECTOS SOCIALES	Convocatoria donde a través de los votos de sus empleados/as, apadrina diferentes proyectos solidarios.
BBVA	CONCURSO INTEGRA	Destinado a impulsar la excelencia e innovación en la integración laboral de las personas con discapacidad, así como a fomentar la igualdad de oportunidades y mejorar la calidad de vida de este colectivo.
OBRA SOCIAL "LA CAIXA"	PREMIOS INCORPORA	Facilita la contratación de personas de colectivos desfavorecidos y potencia así, su integración social, satisfaciendo a la vez necesidades del tejido empresarial.
INICIATIVAS DE OTRAS INSTITUCIONES		
CADENA CIEN Y CINFA	PREMIOS PIE DERECHO	Galardón que se otorga a "héroes anónimos" que marcan la diferencia en el sector social.
UNICEF	PREMIOS UNICEF COMITÉ ESPAÑOL	Compromiso y esfuerzo de personas e instituciones que han contribuido o contribuyen de manera significativa a cambiar la vida de los niños más vulnerables y avanzar en la defensa de los derechos de la infancia.
CEPSA	PREMIOS CEPSA AL VALOR SOCIAL	Reconoce y apoya los mejores proyectos sociales y de solidaridad de cualquier índole, poniendo especial énfasis en los colectivos menos favorecidos.
FUNDACIÓN PFIZER	PREMIO DE COMPROMISO SOCIAL	Reconocimiento a las organizaciones que tienen bajo su área de responsabilidad y actividad, proporcionando soluciones actuales para el futuro de nuestra sociedad, desde criterios de la inserción de los colectivos más desfavorecidos, la prevención y educación en salud y la mejora de la calidad de vida.
FUNDACIÓN MUNDO CIUDAD	PREMIOS EMPRESA SOCIAL	Premia a proyectos encaminados a lograr un mundo más justo, la excelencia empresarial a través de la sana competencia entre las compañías, y el desarrollo de los pueblos y las ciudades de España.

Tabla 13: Premios y reconocimientos a empresas o proyectos sociales.

7.2. ¿Qué es una empresa verde?



“Hagas lo que hagas: Procura un impacto positivo en tu sociedad y en el medio ambiente”

El desarrollo sostenible es cosa de todos/as. Los cambios ambientales y el deterioro de nuestro planeta hacen pensar que es necesario un cambio en los hábitos diarios. Las organizaciones son parte de esta situación y por ello es necesario que tomen conciencia.

La Empresa Social y Empresa Verde están íntimamente ligadas y no se deberían de tratar por separado. Por ello en este apartado se hablará de la empresa verde junto con la social.

La empresa verde se podría definir como “la organización que desea obtener un crecimiento económico, pero consi-

dera esencial el crecimiento social de sus trabajadores y de los usuarios que consumen sus productos o servicios, todo ello desde el empleo sostenible de los recursos utilizados: agua, energía, suelo, etc. ”

Por ello se destaca que **la empresa verde persigue nuevamente la triple cuenta de resultados: crear valor económico desde los valores sociales y medioambientales, la base de los sistemas de gestión de RSE.**

Otra forma de ver la Empresa Verde es desde la perspectiva del cambio cultural junto con la Eco-Innovación y la Colaboración, siempre unido al valor Medioambiental.



Gráfico 17: Definición de empresa verde.

Siempre que se habla de la empresa verde hay que referirse al **EMPLEO VERDE**. **¿Pero qué es el Empleo Verde?** Según el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) los empleos verdes son aquellos que reducen el impacto ambiental de empresas y sectores económicos hasta alcanzar niveles más sostenibles. Son empleos que

ayudan a reducir el consumo de energía, materias primas y agua mediante estrategias de eficiencia, a “descarbonizar” la economía y a reducir las emisiones de gases efecto invernadero, a disminuir o evitar por completo todas las formas de desechos y de contaminación, y a proteger y restablecer los ecosistemas y la biodiversidad.

¿Puede mi empresa ser una empresa verde?

Si desea que su empresa sea una Empresa Verde es imprescindible que exista una motivación hacia todos los grupos de interés y se trabaje con medidas que ayuden a implementar un cambio en el manejo de los recursos a todos los niveles. Perseguir una tendencia verde partirá de cambiar la visión del planeta y seguir rutinas diarias ecológicas. Es necesario identificar desde la organización aquellas acciones o aspectos que pueden mejorar el medio ambiente, practicando medidas eco-sostenibles sobre ellas. Algunas de esas prácticas medioambientales o verdes pueden ser:

- Familiarizar y motivar a los grupos de interés con el tema. Para ello será necesario facilitarles material sobre protección ambiental.
- Reducir el consumo energético y agua.
- Fomentar la ley de las 3R: Reducir, reutilizar y reciclar.
- Incrementar la eficiencia de energía de edificios nuevos y antiguos.
- Implantar energías renovables como solar, eólica, geotérmica o de biomasa.
- Favorecer la movilidad sostenible a través del transporte sostenible incluyendo vehículos eléctricos y/o híbridos,...
- Apoyar la agricultura sostenible.

A continuación se nombran algunas temáticas o matices que pueden hacer que una empresa de un sector determinado se acerque más a ser una empresa verde:

Sector Empresa	Temática o Matiz
Agricultura	Agricultura sostenible y/o ecológica.
Agua	Gestión eficiente de recursos hídricos, conservación del medio marino o acuífero, producción de agua en tierras forestales y acuicultura sostenible y/o ecológica.
Construcción - Edificación	Rehabilitación y edificación sostenible.
Energía	Eficiencia energética y ahorro. Uso de energías renovables.
Ganadería	Ganadería sostenible y/o ecológica.
Industria	Gestión y mejora ambiental. Eco-innovación, I+D+i y compras verdes.
Pesca	Pesca sostenible y artesanal.
Residuos	Gestión, tratamiento y prevención de residuos.
Silvicultura	Gestión forestal sostenible y prevención de incendios forestales.
Transporte	Fomento del transporte y movilidad sostenible.
Turismo	Turismo sostenible, gestión de recursos naturales,...

Tabla 14: sectores del empleo verde y sostenible.

7.3. ¿Las empresas sociales y las sostenibles medioambientalmente son empresas con RSE?

La acción social y las actuaciones medioambientales son conceptos que tienen relación con la RSE pero no son implícitamente Responsabilidad Social Empresarial. A continuación se explica con más detalle el porqué de esa afirmación cuando a primera vista, puede parecer todo lo contrario:

- **Acción social.** La Fundación Empresa y Sociedad la define como la dedicación de recursos empresariales a proyectos de desarrollo socioeconómico que apoyan a personas desfavorecidas, principalmente en el sector servicios sociales, educación, salud, formación profesional y empleo.

Por ello puede afirmarse que se trata de un complemento a las prácticas de RSE y que nunca puede sustituirlas. Un ejemplo de ello son las organizaciones que son socialmente responsables sin hacer acción social, mientras que otras muchas son organizaciones irresponsables aunque destinen grandes de sus beneficios económicos a acción social. Podría decirse que la acción social es el remate de las buenas prácticas empresariales.

- **Desarrollo sostenible.** Su objetivo es el de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades es la definición ampliamente conocida, que aparece por primera vez en el documento conocido como Informe Brundtland (1987), fruto de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas. A lo largo de los años, han sido numerosas las Conferencias de Naciones Unidas sobre el Medio ambiente y el Desarrollo, también conocidas como las Cumbres de la Tierra. En todas ellas se adoptaron compromisos sostenibles para respeto al medio ambiente con programas y actuaciones que han evolucionado a lo largo de las décadas. En junio de 2012 se celebró en Río de Janeiro la Conferencia de desarrollo sostenible Río+20. Igualmente, las acciones medioambientales son complementarias a la RSE.





NUESTROS
PRIMEROS PASOS



Es importante conocer cuál es la situación actual en la que se encuentra la empresa, y valorar la necesidad de integrar en sus decisiones y operaciones comerciales preocupaciones medioambientales y sociales”

8. NUESTROS PRIMEROS PASOS

Si ha llegado a este punto de la Guía es porque tiene interés por empezar a incorporar la RSE y acciones dentro del ámbito social, económico y medioambiental en su organización. Por ello usted y su organización, es consciente de la importancia y los beneficios que pueden acarrear las medidas de responsabilidad social empresarial, ha dado el primer paso; **¡adelante y ánimo!**

A lo largo de la guía, se ha descubierto como dar paso a una empresa socialmente responsable y como puede be-

neficiarse a la vez que conseguir ser sostenible. Ayudará a mejorar aspectos como el absentismo y la rotación de personal, aumento de la productividad y competitividad, mejora del clima laboral, mejor relaciones con los grupos de interés (clientes, proveedores, comunidad, etc.), reducción de costes energéticos, etc.

A continuación se presenta una **Herramienta Autodiagnóstico** que permitirá evaluar su organización y comprobar su nivel de RSE.

8.1. Herramienta Autodiagnóstico

La Herramienta Autodiagnóstico, será una herramienta que nos permitirá evaluar de una manera sencilla la situación de una organización frente a una serie de indicadores, en este caso, relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial. Constituye la fase previa para la implantación de medidas socialmente responsables, permitiendo conocer el punto de partida en el que se encuentra para poder así, orientar los esfuerzos futuros en la dirección adecuada.

La forma de cumplimentación del Autodiagnóstico es sencilla, cada pregunta dispone de cuatro posibles opciones de respuesta: **NUNCA, POCO, BASTANTE, y SIEMPRE.** Basta con marcar la casilla que en mayor medida se adapte a la realidad que vive la organización en la actualidad. Además existe otra casilla para aquellos casos en los que la pregunta no se ajuste a las particularidades de la empresa: por tanto habrá que marcar en este caso **NO PROCEDE.**

Para conseguir obtener una puntuación final y global de cada uno de los ámbitos, se puntuará las respuestas en una **escala numérica de 0 a 3, es decir, cada ítem que se responda nos dará una puntuación que se deberá de ir sumando, hasta conseguir una valoración global de cada área.**

La escala numérica a tener en cuenta es la siguiente:

NUNCA:	0
POCO:	1
BASTANTE:	2
SIEMPRE:	3

En las cuestiones a valorar con respuestas sean de **SI** o **NO**, se valorarán de la siguiente forma:

NO:	0
SI:	3

AREA		ASPECTOS A VALORAR	NUNCA/ NO	POCO	BASTANTE	SIEMPRE/ SI	NO PROCEDE
ASPECTOS GENERALES	Grupos de Interés	Tienen identificados los grupos de interés de la organización				X	
		Dispone de un mecanismo de evaluación de los grupos de interés		X			
		Dispone de mecanismo de evaluación de la organización por los grupos de interés		X			
	Sistemas Gestión	Dispone de un sistema de Gestión Calidad Certificado				X	
		Dispone de un sistema de Gestión Ambiental Certificado	X				
	PUNTUACIÓN OBTENIDA DE CADA CATEGORÍA		0	2	0	8	
	PUNTUACIÓN FINAL DEL ÁREA		10				

Tabla 15: Ejemplo de Metodología Herramienta de Autodiagnóstico

Ejemplo práctico: Si dispone de 2 ítems en los que se ha respondido “POCO”, la suma sería de un punto por cada cuestión. Pero si se ha contestado en otros 2 ítems que “SIEMPRE”, en este caso habría que sumar 4 más 4, por lo cual tendríamos una puntuación de 8. Si se calcula la puntuación obtenida en el área en conjunto se obtendría una puntuación de 10. Dicha puntuación se sumará posteriormente al resto de apartados para obtener una **PUNTUACIÓN FINAL DE LA HERRAMIENTA AUTODIAGNÓSTICO**.

AREA		ASPECTOS A VALORAR	NUNCA/ NO	POCO	BASTANTE	SIEMPRE/ SI	NO PROCEDE
ASPECTOS GENERALES	Grupos de Interés	Tienen identificados los grupos de interés de la organización					
		Dispone de un mecanismo de evaluación de los grupos de interés					
		Dispone de mecanismo de evaluación de la organización por los grupos de interés					
	Sistemas Gestión	Dispone de un sistema de Gestión Calidad Certificado					
		Dispone de un sistema de Gestión Ambiental Certificado					
	PUNTUACIÓN OBTENIDA DE CADA CATEGORÍA						
	PUNTUACIÓN FINAL DEL ÁREA						

SOCIAL	Empleo e Igualdad	Su plantilla está formada por al menos el 40% por trabajadores de cada sexo					
		La empresa tiene en cuenta la diversidad de la plantilla o la igualdad de oportunidades					
		En la plantilla existe al menos el 20% del personal con contratos indefinidos					
		Existe la posibilidad de acceder al empleo a través de contratos de prácticas					
		Existe igualdad salarial					
		La plantilla está formada al menos en un 2% por personas con algún tipo de minusvalía					
		Las mujeres están presentes en puestos de responsabilidad de la empresa					
		Existe en la empresa un código de conducta para el personal empleado					
		La plantilla procedente de la provincia es al menos un 50% del total					

SOCIAL	Empleo e Igualdad	Dispone la organización de un Plan de Carrera Profesional					
		Dispone la organización de un Plan de Política Re-tributiva					
	Conciliación	Dispone la posibilidad de implantar Jornadas Reducidas					
		Existe flexibilidad de horarios o jornada coincidente con horario escolar					
		La organización realiza teletrabajo en el caso de que sea factible					
		Dispone de guardería propia o colaboraciones con guarderías de la zona					
		Dispone de Cheque Servicio					
		La organización dispone de algún sistema de Comunicación interna					
		Realiza acciones de motivación con sus trabajadores					
		Participa el personal en la toma de decisiones					
		Los procesos de selección son públicos y transparentes					
		Realizan actividades de ocio y tiempo libre con sus trabajadores					
		La organización realiza encuestas de satisfacción de personal					
	Sociedad	Pertenece a alguna asociación y/o colabora con alguna asociación al desarrollo					
		Colabora con otras empresas del territorio u ONGs					
		Participa en proyectos sociales de la comarca					
		Participa en proyectos de cooperación internacional					
	PUNTUACIÓN OBTENIDA DE CADA CATEGORÍA						
	PUNTUACIÓN FINAL DEL ÁREA						

ECONÓMICO	Clientes	Se ha producido una evolución del número de clientes						
		Dispone de sistemas de comunicación con el cliente						
		La organización realiza acciones de Información, transparencia y confidencialidad con los clientes						
		Más del 50% de sus clientes se localizan en su provincia						
	Proveedores	¿Puede demostrar que su proveedor cumple la normativa vigente?						
		¿Cumple los compromisos adquiridos con sus proveedores?						
		¿Evalúa periódicamente a sus proveedores?						
		El 75% de sus proveedores están localizados al menos en la provincia						
	Estrategia	La organización dispone de Plan Estratégico						
		La organización realiza planificación presupuestaria						
		Tiene relación comercial con organizaciones de su comarca u provincia						
		Realiza y cuantifica sus inversiones en responsabilidad social.						
		Dispone de Proyectos de I+D+I dentro de su organización						
		La organización dispone y hace uso de TICs						
	PUNTUACIÓN OBTENIDA DE CADA CATEGORÍA							
	PUNTUACIÓN FINAL DEL ÁREA							

MEDIO AMBIENTAL	Medio Ambiente	Dispone de una Política Ambiental					
		Realiza Evaluación de Impactos Medioambientales					
		Existe un control del consumo anual de agua					
		Utiliza medidas que ayuden a minimizar el consumo de agua					
		La organización dispone de energías renovables					
		Existe un control del consumo anual de energía					
		Existen medidas de eficiencia energética					
		Realiza medición de residuos generados por unidad de producto /(empleado)					
		Minimizan los residuos peligrosos generados					
		Se realiza la gestión de residuos papel y cartón					
		Se realiza la gestión de residuos de vidrio					
		Se realiza la gestión de residuos de plástico					
		Se realiza la gestión de residuos de materia orgánica					
		La organización realiza la minimización de vertidos					
		La organización realiza medición de CO ₂					
		La organización realiza minimización de emisiones atmosféricas					
		La organización realiza minimización de impactos sobre el suelo					
		Realiza acciones de sensibilización ambiental con los trabajadores					
		Participa en proyectos de mejora del medio ambiente fuera de la organización					
		Aplica políticas de compras verdes					
La ubicación de la empresa e integración paisajística es adecuada							
PUNTUACIÓN OBTENIDA DE CADA CATEGORÍA							
PUNTUACIÓN FINAL DEL ÁREA							

UNA VEZ REALIZADO EL AUTODIAGNÓSTICO Y CALCULADO SU PUNTUACIÓN DESCUBRA SU NIVEL DE IMPLANTACIÓN EN RSE DENTRO DE SU GESTIÓN EMPRESARIAL.

TABLA GLOBAL DE RESULTADOS HERRAMIENTA AUTODIAGNÓSTICO	
PUNTUACIÓN ASPECTOS GENERALES	
PUNTUACIÓN ASPECTOS SOCIALES	
PUNTUACIÓN ASPECTOS ECONÓMICOS	
PUNTUACIÓN ASPECTOS MEDIO AMBIENTALES	
PUNTUACIÓN TOTAL HERRAMIENTA AUTODIAGNÓSTICO	

RESULTADO “APUNTÉMONOS A LA RSE” (De 0 a 49 puntos): En base a las respuestas ofrecidas en la herramienta de Autodiagnóstico no parece que su organización cuente con una estrategia de Responsabilidad Empresarial definida. Sus iniciativas en esta dirección parecen escasas o no han dado todavía los resultados esperados. Es importante que comience a integrar en su gestión diferentes iniciativas en los tres ámbitos de actuación de la Responsabilidad Social: social, económico y medio ambiental.

RESULTADO “COMENZANDO A TRABAJAR LA RSE” (De 50 a 99 puntos): Según las respuestas obtenidas en su Autodiagnóstico, su organización está aplicando algunas acciones concretas que se incluyen dentro de la RSE. Podría afirmarse que en la mayoría de los casos son iniciativas aplicadas en su empresa que no proceden de una planificación estratégica ni de una conciencia de RSE, si no que son fruto de la adaptación a las necesidades de su trabajo diario. Por ello es importante que tome conciencia y se implique definitivamente en este tipo de gestión empresarial. Es importante que en el diseño y planificación de estas medidas tenga en cuenta el mayor número de grupos de interés implicados en el desarrollo de su actividad empresarial, como son los trabajadores/as, directivos/as, clientes/consumidores, competidores etc.

RESULTADO “POR EL BUEN CAMINO DE LA RSE” (De 100 a 149 puntos): Su apuesta por implantar un nuevo modelo de gestión empresarial basado en criterios de RSE es firme. Sus respuestas reflejan una estrategia eficaz de responsabilidad social. Como medida de mejora se le recomienda la evaluación del mismo, para detectar aquellos aspectos que no están presentando un alto grado de eficacia, o incluso, detectar aquellos ámbitos en lo que todavía no se ha implantado ninguna medida, y que forman parte de la RSE también. Lo más probable es que la mayoría de sus acciones estén incluidas en el ámbito interno de la organización, por ello es necesario que de un paso más y se involucre en la implantación de medidas de responsabilidad que afecten al ámbito externo de la empresa, no por ello menos importante, y que son las iniciativas que afectan a la relación con proveedores, entorno local, competencia, tejido asociativo,...

En los casos en los que la organización sea una micropyme, persona autónoma o incluso, personas emprendedoras, el cronograma deberá estar adaptado a sus circunstancias. La adaptación de cada fase podría llevarse a cabo de la siguiente forma:

Fase I: En función del número de trabajadores de la organización, podrá o no constituirse un Comité de RSE (se aconseja su creación cuando existen más de 10 personas en plantilla, para el resto de casos, la persona individual podrá supervisar las diferentes acciones de RSE). Este comité estará adaptado en cada caso, en lo referente a la periodicidad reuniones así como en los cargos y funciones. El objetivo de su creación es independiente del tamaño de la organización, “asegurar que la política RSE está integrada y aplicada consistentemente por toda la organización”.

Fase II: La identificación y priorización de los grupos de interés, en el caso de pequeñas organizaciones, se convierte en una tarea a priori más sencilla. En este sentido, se aconseja realizar un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) como base de nuestra estrategia empresarial. Desde este punto, diagnosticar los grupos de

interés que más importancia le confieren a nuestra empresa, para poder hacer una priorización. En pequeñas empresas o emprendedores, puede no ser necesaria realizar valoraciones cuantitativas.

Fase III: El compromiso y el código de conducta son inherentes a la responsabilidad social. Sea cual sea nuestro tamaño, la organización deberá contener una política basada en la misión, visión y valores y operar de acuerdo al código de conducta que rijan su comportamiento como persona y como organización. La opción en este caso, pasa por no definir el código de conducta de forma específica, recomendándose iniciar la redacción de los pilares básicos de nuestro comportamiento frente a los principales grupos de interés.

Fase IV: El desarrollo del plan de acción es una de las fases más importantes para cualquier organización que desee implementar la responsabilidad social. Para las pequeñas organizaciones se aconseja priorizar las acciones a desarrollar, en función del impacto económico, social y ambiental. En este punto, prima el sentido común y la ejecución de acciones que sean beneficiosas para todos los grupos de interés.

8.3. Volver a encontrarnos....

La Diputación de Granada continúa su apuesta por la responsabilidad social y así lo manifiesta a lo largo de sus acciones y programas. A través de esta guía de carácter técnico y práctico, se pretende apoyar el crecimiento del tejido empresarial granadino a través de la competitividad de nuestras empresas y autónomos/as, así como de los proyectos empresariales de las personas emprendedoras.

Nuestras actuaciones no acaban en esta Guía, sino que se pretende que sea el inicio de un camino de trabajo en conjunto entre la Diputación de Granada y las empresas granadinas que apuesten por la Responsabilidad Social Empresarial, como motor de crecimiento y mejora en cuestiones sociales, económicas y medioambientales de la provincia de Granada.

» BIBLIOGRAFÍA



9. BIBLIOGRAFÍA

- Instituto Nacional de Estadística. www.ine.es
- Directorio Central de Empresas (DIRCE). Instituto Nacional de Estadística.
- Centro de Información y Red de Creación de Empresas. www.circe.es
- Informe del Mercado de Trabajo de Granada 2012. Publicación anual editada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Servicio Público de Empleo estatal.
- Red Nacional de Territorios Socialmente Responsables: www.redretos.es
- Programa de Responsabilidad Social de la Diputación de Granada: www.dipgra-rs.es
- Proyecto GRANADA EMPLEO II: <http://granadaempleo.dipgra.es>
- Observatorio de la Responsabilidad Social: www.observatoriosoc.org
- El Giro hacia la Empresa Verde. Estudio sobre el proceso de transformación de las empresas hacia la sostenibilidad. Autor: Daniel Arenas | Jérémie Fosse | Emily Huc.
- Guía del Emprendedor Social. Inspiraciones para la creación de empresas al servicio de la sociedad. Universidad Pontificia de Comillas.
- La Medición y la Comunicación de la RSE: Indicadores y Normas. Lena Strandberg. Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo.
- Guía para la mejora y la implantación de la Responsabilidad Social Empresarial en las pymes. Cámara de Madrid.
- Responsabilidad Social Empresarial Ideas y Reflexiones. Autores: Ramón Jáuregui, Vicente Martínez-Pujalte, Ana Torne.
- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Bruselas, 25.10.2011
- La Responsabilidad Social Empresarial en la pequeña y mediana empresa. Guía de Buenas Prácticas. Proyecto IMPULSA RSE – PYME. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Autora: M^ª Luisa de Miguel Corrales.
- Dirección General del Trabajo Autónomo, de la Economía Social y de la Responsabilidad Social de las Empresas http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/resposocempresas/index.htm
- Página Oficial GRI. www.globalreporting.org
- Página Oficial AA1000 AS. www.accountability.org
- Página Oficial SA8000 A. www.sa-intl.org
- Página Oficial Empresa Familiarmente Responsable. www.certificadoefr.org
- Página Oficial Pacto Mundial. www.pactomundial.org
- Página Oficial FORETICA SGE 21. www.foretica.org
- Página Oficial WORLDCOB-CSR. www.worldcob-csr.com
- Federación Empresarial Española de Asociaciones de Centros Especiales de Empleo. www.feacem.es/FEACEM/CEE.
- Presente y Futuro de los Centros Especiales de Empleo. 2013. Autor: KPMG. FEACEM y Fundación ONCE.
- Confederación Empresarial Española de Economía Social. Empresas de Inserción Social. www.cepes.es/pagina_cepes=34

