

## RESPONSABILIDAD SOCIAL

Para una empresa, ser socialmente responsable supone reconocer e integrar las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto de los derechos humanos en su gestión, generando políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores o grupos de interés como son sus clientes, empleados, proveedores, propietarios y sociedad.

Grupos de interés relacionados con la empresa:



La empresa desempeña un papel muy importante en la vida de las personas no sólo como generadora de empleo y de riqueza, sino como agente de desarrollo en las comunidades en la que están insertas. Muchas empresas son conscientes de ello y aprovechan las expectativas que genera la RSE para obtener ventajas competitivas (ayudan ayudándose).

En la actualidad, la RSE constituye una opción útil para responder a las necesidades empresariales, sociales y medioambientales y se consolida como una estrategia de gestión que aporta beneficios a las empresas y a las comunidades que las albergan.

Una buena política y gestión responsable se traduce en un:

- Refuerzo de la comunicación y la credibilidad.
- Aumento de la cultura de conciencia social.
- Aumento de la fidelidad a la marca y el compromiso.
- Aumento de la motivación de los empleados.
- Retención de los mejores profesionales.

Aunque cada empresa deberá fijar el contenido de su responsabilidad social como resultado de un análisis de las áreas de actividad de la empresa y los agentes afectados por la misma, la RSC puede enmarcarse básicamente en tres áreas, siendo necesaria la existencia de un equilibrio entre todas ellas:



## **1. ÁREA ECONÓMICA**

Crear valor para:

- ✓ El accionista o propietario, garantizando un uso adecuado de su capital y el cumplimiento de sus intereses.
- ✓ El cliente, atendiendo a sus demandas ofreciendo precios competitivos y bienes y servicios de calidad: consultas, sugerencias...
- ✓ Los proveedores, pagando precios justos por sus productos o servicios.
- ✓ Los empleados, mediante la retribución de salarios equitativos, preservando y creando empleo y proporcionando beneficios sociales, formación, motivación, estabilidad...

## **2. ÁREA SOCIOCULTURAL**

Aceptar los estándares legales y socioculturales de la sociedad en la que opera:

- ✓ Respetar las leyes.
- ✓ Respetar las costumbres sociales y la herencia cultural.
- ✓ Adoptar un papel activo en la solución de problemas de la política pública.

## **3. ÁREA MEDIOAMBIENTAL**

Las decisiones que toma la empresa afecta al medio ambiente en diversos aspectos, como el consumo de los recursos naturales o/y la contaminación.

### **BUENAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

A continuación se exponen una serie de acciones que las empresas pueden desarrollar para fortalecer el enfoque de responsabilidad social (no siendo necesario implantarlas todas para calificar en este perfil)

#### **I.- CULTURA EMPRESARIAL.**

- Profundizar en los valores de empresa redactando un documento donde se establezcan los valores y misiones de la empresa.
- Comunicar con transparencia.
- Ser fiscalmente responsable, seleccionando a proveedores que sean socialmente responsables.
- Y ante todo, cumplir las normativas vigentes.

#### **II.- CON LOS TRABAJADORES**

- Fomentar un entorno limpio, sano y seguro para los trabajadores.
- Respetar los derechos laborales.
- Impulsar la igualdad de género y la diversidad en tu empresa.
- Difundir la formación y promoción interna en tu empresa.
- Ofrecer estabilidad laboral.
- Implantar el trabajo por objetivos, facilitando a los empleados la participación en los beneficios.
- Desarrollar una comunicación fluida y transparente con los trabajadores.
- Favorecer la satisfacción laboral.

### III.- CON LOS CLIENTES

- Conocer su satisfacción y fidelidad mediante la elaboración de un cuestionario de calidad.
- Establecer una comunicación fluida y transparente.
- Disponer unos principios en la venta y publicidad de los productos y servicios, con la finalidad de realizar una publicidad responsable.
- Garantizar los productos.
- Fomentar una cultura de precio justo.

### IV.- CON LOS PROVEEDORES Y ACREEDORES

- Conocer el grado de satisfacción con las transacciones realizadas.
- Fomentar una comunicación fluida y transparente.
- Dar preferencia a proveedores y acreedores locales, ante todo si son socialmente responsables.
- Priorizar productos de comercio justo.
- Utilizar, preferentemente, productos ecológicos.
- Establecer relaciones de mutuo beneficio.

### V.- CON LA COMPETENCIA

- Establecer colaboraciones en estudios y proyectos de inversión.
- Fomentar la RSC.
- Incrementar la colaboración comercial ante la competencia.
- Favorecer la política de precio justo.

### VI.- CON LA COMUNIDAD

- Fomentar el voluntariado de los trabajadores con asociaciones locales.
- Participar en alguna ONG.
- Involucrar a la empresa en las acciones locales mediante el patrocinio de acciones deportivas, festejos, etc...

### VII.- CON LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

- Mejorar el comportamiento ante la administración.
- Colaborar con las administraciones cercanas.

#### VIII.- CON EL MEDIO AMBIENTE

- Cumplir las normativas a todos los niveles: regional, estatal y europeo.
- Gestionar con eficacia los recursos.
- Reciclar y reutilizar recursos.
- Reducir emisiones nocivas.

#### IX.- FOMENTAR LA ECOEFICIENCIA Y LA ECOINNOVACIÓN

- Ecoeficiencia: Innovar, crear nuevos y mejores productos y servicios que permitan desvincular la generación de riqueza del consumo de recursos.
- Ecoinnovación: Introducción de mejoras ambientales en los productos, que faciliten la sostenibilidad ambiental desde el principio del proceso de innovación e investigación.

#### **ACTIVIDAD**

A partir de la información suministrada elabore un esquema partiendo del nombre de la empresa seleccionada, desarrollando detalladamente los elementos que permiten que se ajuste al perfil de **RESPONSABILIDAD SOCIAL**.