

PLANES DE FORMACIÓN REWIND

Empresas socialmente responsables

REWIND

Relanzamiento de empresas mediante la innovación de
trabajadores y nuevas dinámicas

Los Planes Formativos del Proyecto Erasmus+ REWIND (2022-1-KA220-VET-000088929)
©2023 está bajo licencia CC BY 4.0. Para ver una copia de esta licencia, visita
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Financiado por la Unión Europea. No obstante, los puntos de vista y opiniones expresados son exclusivamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva en el Ámbito Educativo y Cultural Europeo (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser consideradas responsables de las mismas.

Contenido

Introducción al módulo	3
Recursos multimedia	3
Responsabilidad Social de las Empresas: ¿Qué es la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE)? - Vídeo de Youtube	3
Resultados del aprendizaje	4
Parte teórica	5
1. Responsabilidad social de las empresas (RSE) en la UE	5
1.1. ¿Qué es la RSE?	5
1.2. Tipos de responsabilidad social de las empresas	6
1.3. La RSE en la práctica: La experiencia en la UE	9
2. Convertirse en una empresa socialmente responsable	12
2.1. ¿Qué significa la RSE para las pequeñas empresas?	13
2.1.1. ¿Por qué las pequeñas empresas deben adoptar la RSE?	15
2.2. Cómo adaptar tu empresa	19
Breve resumen	21
Consejos	22
Actividades de formación	23
Actividad 1	23
Actividad 2	26
Ejercicios de autoevaluación	28
Referencias	30

Introducción al módulo

El objetivo de este módulo es dar a conocer en profundidad la creación y distribución de valor a través de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la UE y fuera de ella mediante estrategias, leyes y estudios de casos, así como examinar las formas de hacer crecer una empresa socialmente responsable.

En este módulo, nos centraremos en las siguientes áreas que mejorarán la aplicación de la RSC en los procesos de compra de empresas por parte de los trabajadores (WBO).

1. Responsabilidad social de las empresas dentro y fuera de la UE
2. Convertirse en una empresa socialmente responsable

Recursos multimedia

Responsabilidad Social de las Empresas: [¿Qué es la Responsabilidad Social de las Empresas \(RSE\)?](#) - Vídeo de Youtube

Resultados del aprendizaje

Al finalizar el módulo, el alumno adquirirá los siguientes conocimientos, capacidades y responsabilidad/autonomía:

Descripción de la unidad de resultados de aprendizaje: Este módulo pretende mejorar la comprensión de los alumnos del concepto de Responsabilidad Social Corporativa y proporcionarles ejemplos reales de PYMEs que lo aplican para facilitar su implantación en sus propias organizaciones.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE			
Acciones/ logros	Conocimientos	Habilidades	Actitudes
Iniciar el compromiso de la comunidad. Encontrar formas de operar de forma sostenible.	Describir el concepto de Responsabilidad Social de las Empresas (RSE). Explicar las ventajas de la RSE. Identificar estrategias para crear un impacto en la sociedad y aplicar la RSE.	Analizar los impactos positivos creados por las prácticas de RSE. Realizar un análisis de impacto para seleccionar y aplicar actividades de RSE en su empresa. Diseñar una estrategia de RSE para que su empresa cree valor social.	Tomar conciencia de la importancia de la RSE para el futuro de la propia organización. Gestionar el proceso de transición de su empresa a la RSE.

Parte teórica

1. Responsabilidad social de las empresas (RSE) en la UE

1.1. ¿Qué es la RSE?

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) puede definirse como el compromiso de una organización de comportarse de acuerdo con principios éticos, así como su voluntad de emprender acciones que beneficien a la sociedad por encima de los beneficios. El enfoque de la RSE anima a las empresas a tener un impacto positivo en el medio ambiente y las partes interesadas, incluidas las diferentes partes que tienen un interés en el rendimiento y los resultados de la empresa, como los empleados, los sindicatos, los proveedores, los consumidores, los gobiernos locales/regionales y nacionales, y las comunidades que puedan verse afectadas por actividades empresariales como la construcción, la fabricación y la contaminación. Sin embargo, este enfoque sugiere que el objetivo es que las empresas no se limiten a evitar causar daños, sino que contribuyan activamente a crear un impacto positivo en la sociedad.

La RSE se desarrolló originalmente en Estados Unidos como una forma de que las empresas demostraran que eran buenos ciudadanos corporativos. A medida que la globalización conecta países y economías, el concepto de responsabilidad social de las empresas (RSE) ha ganado gran popularidad en todo el mundo. Las empresas ya no se ven sólo como máquinas de hacer beneficios, sino también como entidades que tienen una responsabilidad hacia las personas, la sociedad y el medio ambiente.

La Unión Europea se ha mostrado especialmente activa a la hora de impulsar programas y estrategias de RSE y exige a todas las empresas que operan dentro de sus fronteras que cumplan determinadas normas de RSE.

Para ello, la UE y muchos otros países han formulado prácticas y estrategias de RSE que no sólo son buenas para la imagen de la empresa, sino también para sus resultados.

1.2. Tipos de responsabilidad social de las empresas

La responsabilidad social de las empresas (RSE) es un aspecto vital de los negocios modernos. Las empresas de hoy en día se están dando cuenta de la importancia de contribuir al avance de la sociedad y el medio ambiente, además de ser rentables. La RSE se divide generalmente en cuatro tipos principales y una empresa puede optar por implicarse en cualquiera de ellos por separado, y la falta de contribución en un área no excluye necesariamente que una empresa sea socialmente responsable.



Responsabilidad medioambiental

La responsabilidad medioambiental se refiere al compromiso de las empresas con la sostenibilidad y las operaciones respetuosas con el medio ambiente.

A lo largo de los años, ha habido una tendencia creciente hacia la incorporación de prácticas sostenibles en el mundo empresarial. Las empresas se comprometen cada vez más a tener en cuenta su impacto medioambiental en todas las fases de sus operaciones. Esto puede implicar reducir la huella de carbono o las emisiones de gases de efecto invernadero de la empresa, adoptar prácticas sostenibles como evitar los plásticos de un solo uso y mantener las consideraciones medioambientales en el centro de todos los procesos empresariales.

Además, responsabilizarse del medio ambiente puede ir más allá de un mero compromiso con el desarrollo sostenible. Cuando las empresas dan prioridad a la protección del medio ambiente, demuestran que reconocen la importancia de preservar el planeta para las generaciones futuras. Esto también sirve como una poderosa señal para las partes interesadas, los clientes y los empleados de que la organización se toma en serio su responsabilidad social y valora la sostenibilidad como un objetivo clave.

Responsabilidad ética

La responsabilidad ética es un aspecto vital y fundamental de las operaciones de una empresa, ya que encarna el compromiso de la empresa de llevar a cabo sus actividades de una manera ética y basada en principios que respete los derechos humanos. Es esencial que las empresas obedezcan a principios éticos que se esfuerzen por promover un trato justo para todos los clientes, independientemente de su edad, raza o cultura, la igualdad salarial y el uso y la utilización de prácticas de comercio justo para mejorar las operaciones comerciales.

Al igual que ocurre con la obligación de respetar el medio ambiente, las empresas pueden seguir varias vías para lograr una responsabilidad ética. Una de ellas es fomentar el diálogo y la colaboración con los homólogos del sector y los reguladores para explorar y establecer prácticas empresariales éticas viables.

Responsabilidad filantrópica

La responsabilidad social de las empresas es un elemento fundamental del mundo empresarial, y la responsabilidad filantrópica constituye un pilar esencial de este marco. La responsabilidad filantrópica plantea un reto importante a las empresas, ya que exige examinar y reconsiderar sus acciones y contribuciones a la sociedad. En esencia, la responsabilidad filantrópica se refiere a la forma en que una empresa utiliza sus recursos para mejorar el mundo. Esto puede implicar una serie de actividades, como la donación de beneficios a organizaciones benéficas, el apoyo a causas que coincidan con los valores de la empresa o la contratación únicamente de proveedores y vendedores que coincidan con los objetivos filantrópicos de la empresa. Asumir la responsabilidad filantrópica es una característica definitoria de las empresas socialmente responsables y una demostración de su compromiso de tener un impacto significativo en el mundo.

Responsabilidad económica

La responsabilidad económica forma parte integrante del marco de responsabilidad social de las empresas, vinculando las tres áreas clave mencionadas. Aunque las empresas pueden formular estrategias para mejorar su impacto social y medioambiental, la puesta en práctica de estos planes requiere un compromiso significativo de recursos financieros.

Esto incluye la inversión en investigación y desarrollo destinada a crear productos sostenibles y respetuosos con el medio ambiente, así como a atraer y retener una mano de obra diversa y con talento. Además, las empresas que dan prioridad a la responsabilidad económica suelen asignar recursos a iniciativas de compromiso con la comunidad, donaciones filantrópicas y otros programas que reflejan su compromiso de ofrecer resultados sociales positivos. Al dar prioridad a la responsabilidad económica, las empresas pueden construir una base sólida para sus esfuerzos de RSE y garantizar que su impacto positivo sea sostenible a largo plazo.

1.3. La RSE en la práctica: La experiencia en la UE

La UE ha desempeñado un papel importante en el fomento de las prácticas y estrategias de RSE. Ya en 2001, la Comisión Europea propuso una definición de RSE, que posteriormente se desarrolló en la Estrategia de la UE para la Responsabilidad Social de las Empresas de 2011. La RSE es importante para la sostenibilidad, la competitividad y la innovación de las empresas y la economía de la UE. Aporta beneficios para la gestión de riesgos, el ahorro de costes, el acceso al capital, las relaciones con los clientes y la gestión de los recursos humanos.

La Comisión Europea promueve la RSE en la UE y anima a las empresas a seguir las directrices y principios internacionales. La política pertinente de la UE se basa en un programa de acción cuyos objetivos son:

- aumentar la visibilidad de la RSE y difundir las buenas prácticas;
- mejora y seguimiento de los niveles de confianza en las empresas;
- mejorar los procesos de autorregulación y corregulación;
- aumentar las recompensas de mercado para la RSE;

- mejorar la divulgación de información social y medioambiental por parte de las empresas;
- una mayor integración de la RSE en la educación, la formación y la investigación;
- destacar la importancia de las políticas nacionales y locales de RSE;
- armonizar mejor los enfoques europeo y mundial de la RSE.

Esta estrategia hacía hincapié en que la RSE es una parte esencial de las empresas que deben ir más allá de lo que exige la ley para alcanzar objetivos sociales y medioambientales en sus actividades empresariales diarias.

En los últimos años, la Comisión ha realizado grandes esfuerzos para respaldar la RSE o la Conducta Empresarial Responsable (RBC)¹ y aplicar los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos (UNGPs), allanando así el camino para una labor más amplia de apoyo a la aplicación de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Como respuesta a la Agenda 2030, la UE adoptó en 2017 el nuevo Consenso Europeo sobre Desarrollo, basado en las 5 P de la Agenda 2030: Personas, Planeta, Prosperidad, Paz y Asociación y promueve la integración de la RSE en la práctica con empresarios y trabajadores para garantizar estrategias y enfoques responsables, sostenibles y eficaces.

Desde 2011, la UE y sus Estados miembros han liderado la promoción de la RSE a través de acciones tanto en la UE como a nivel mundial. Más de la mitad de los Estados miembros han puesto en marcha planes de acción y

¹ término alternativo introducido por la OCDE en estrecha colaboración con empresas, sindicatos y organizaciones no gubernamentales.

estrategias nacionales integrales para la aplicación de la RSE/RBC y las empresas y los derechos humanos, como puede verse en el cuadro siguiente:

Práctica	Nivel de práctica	Alcance
<u>Fundación Europea para la Mejora de las Condiciones de Vida y de Trabajo (EUROFOUND)</u>	Europea	La Agencia de la UE para la mejora de las condiciones de vida y de trabajo, que se centra en cuestiones en las que puede aprovechar su experiencia básica en los ámbitos de las condiciones de trabajo, las relaciones laborales, el empleo y las condiciones de vida, para apoyar a sus interlocutores, aportando pruebas que puedan contribuir a su acción política.
<u>Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo (EU-OSHA)</u>	Europea	Agencia de información de la Unión Europea para la seguridad y la salud en el trabajo, que intenta que los lugares de trabajo europeos sean más seguros, saludables y productivos, en beneficio de empresas, trabajadores y gobiernos.
<u>Fundación Europea de Formación (ETF)</u>	Europea	Ayuda a los países en transición y en desarrollo a aprovechar el potencial de su capital humano mediante la reforma de los sistemas de educación, formación y mercado laboral en el contexto de la política de relaciones exteriores de la UE.
<u>Ley Grenelle</u>	Francia	Hace obligatoria la presentación de informes de sostenibilidad corporativa para

		las empresas que superen los umbrales de tamaño.
<u>Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas</u>	España	Promueve acciones para reforzar el compromiso de las empresas con las necesidades e inquietudes de la sociedad española, incluida la creación de empresas, fortalecer los modelos de gestión sostenible y promover programas de responsabilidad corporativa.
<u>CSR Hellas</u>	Grecia	Proporciona conocimientos, herramientas y toma iniciativas para difundir prácticas de RSC para el desarrollo económico y la creación de valor que beneficien a la sociedad en general, mostrando consideración por las necesidades de las comunidades futuras.

Cuadro 1. Experiencia de la RSE en la UE

2. Convertirse en una empresa socialmente responsable

No todas las empresas abordan la RSE de la misma manera. Su enfoque depende de sus recursos, activos y cultura empresarial. Además, algunas empresas perciben más beneficios de un tipo de RSE que de otro. Las creencias personales y las prioridades del propietario también pueden influir en el enfoque de la responsabilidad social de la empresa. Con la creciente preocupación por el medio ambiente y la equidad social, los clientes, inversores y partes interesadas exigen ahora que las empresas no sólo operen de forma rentable, sino que también tengan un impacto positivo significativo en las comunidades a las que sirven.

Desarrollar una estrategia y un enfoque de RSE es una forma de que una organización pueda garantizar la alineación entre sus valores y el impacto que tiene en el medio ambiente y la sociedad.

2.1. ¿Qué significa la RSE para las pequeñas empresas?

La Comisión anima a los Estados miembros a adoptar un enfoque resueltamente "estratégico" de la RSE, con el objetivo de fusionar las exigencias de competitividad y responsabilidad social. Sin embargo, en Francia, apenas una cuarta parte de las empresas de 9 empleados declaran estar realmente implicadas en planteamientos responsables y la RSE no es un concepto nuevo para las PYME, pero el 60,4% de ellas declaran no conocer la noción de RSE² .

En la mayoría de las regiones del mundo, una gran mayoría de las empresas se clasifican como "pequeñas y medianas empresas" (PYME). Ya sean microempresas unipersonales o empresas con unos 200 empleados, las PYME son también los mayores empleadores.

Aunque individualmente sus contribuciones e impactos sobre las comunidades circundantes y el medio ambiente pueden ser pequeños, colectivamente estos impactos son grandes, y el apoyo de la comunidad en torno a las pequeñas empresas suele ser más esencial para su éxito que para las grandes empresas.

Cualquier empresario, especialmente en pequeñas y medianas empresas (PYME), sabe que una de las claves del éxito es saber adaptar la empresa a los tiempos. Al igual que se adaptan a los cambios tecnológicos, las empresas necesitan adaptar sus estrategias de RSC.

² Tomado de la encuesta Entreprises et Développement Durable (Empresas y Desarrollo Sostenible) (EDD, finales de 2011, INSEE).

Se ha revelado que el 76% de los millennials investigan si una empresa es responsable de su postura en cuestiones medioambientales o sociales, lo que ha puesto en marcha a muchas pequeñas empresas y corporaciones.

Para una pequeña empresa, nadie espera aplicar las mismas políticas, procedimientos, gobernanza y largos informes de sostenibilidad que una gran corporación. Sin embargo, las partes interesadas y los accionistas esperan ver pruebas de que la empresa opera de forma responsable.

Esto incluye:

- Comprensión de los principales impactos y riesgos de la empresa.
 Medios de prueba: un breve comentario en el sitio web (por ejemplo, una sección sobre "sostenibilidad" o "empresa responsable") o en respuesta a las preguntas de la licitación, en el que se describan las actividades de la empresa y sus repercusiones medioambientales y sociales.
- Un compromiso para gestionar esos riesgos y actuar de acuerdo con la sostenibilidad y los principios éticos.
 Medios de prueba: un compromiso general en el sitio web o documentos políticos individuales para los aspectos pertinentes.
- Acciones (controles e iniciativas) para gestionar los impactos y mejorar el rendimiento.

Medios de prueba: descripción de acciones concretas, como programas de formación para el personal, sustitución de equipos por otros de bajo consumo energético o tecnología poco contaminante, sistemas de gestión, como el sistema de gestión medioambiental (SGM) y el sistema de gestión de la salud y la seguridad (SGSS), y certificaciones (por ejemplo, ISO 14001, ISO 18001 / ASNZS 4801, Fairtrade, FSC, etc.).

- Informes de resultados

Medios de Pruebas: datos recopilados sobre dos o tres áreas de impacto clave, como el consumo de energía, las emisiones de gases de efecto invernadero, el consumo de agua, los índices de lesiones en el lugar de trabajo, las horas de voluntariado, etc.

Dependiendo de quiénes sean las partes interesadas, estas expectativas pueden ser más formales y más enérgicas. Los grandes compradores corporativos exigen cada vez más a los proveedores que completen cuestionarios y auditorías detalladas. Otros, en cambio, se limitan a consultar el sitio web de la empresa o sus cuentas en las redes sociales y a tener en cuenta las recomendaciones y reseñas de otras personas.

2.1.1. ¿Por qué las pequeñas empresas deben adoptar la RSE?

Las empresas socialmente responsables obtienen mejores resultados que sus homólogas, atraen clientes y mantienen a sus empleados comprometidos en el trabajo. Las pequeñas y medianas empresas pueden utilizar la RSE para abordar causas y problemas sociales relevantes para sus grupos de interés y las comunidades en las que operan. He aquí algunas formas en que la RSE puede beneficiar a su PYME:



Figura 1: [Fuente de la imagen](#)

Contratación y retención de empleados

La motivación de los empleados es un factor crucial que los empresarios deben tener en cuenta a la hora de gestionar sus equipos. A pesar de su importancia, motivar a las personas únicamente mediante una remuneración mensual puede no ser suficiente. Los estudios demuestran que los jóvenes de 18 a 35 años de 186 países consideran el sentido de la misión y el impacto como uno de los factores más importantes a la hora de considerar una oportunidad profesional. Un significativo 55% de los empleados da prioridad a trabajar para empresas socialmente responsables, lo que indica que el salario puede no ser la única consideración.

Además de ofrecer una remuneración competitiva, las empresas deben cultivar una cultura que haga hincapié en el compromiso, el reconocimiento, el desarrollo y el trabajo significativo de los empleados. De este modo, las organizaciones pueden aumentar la productividad y la satisfacción de los empleados, al tiempo que refuerzan su imagen de marca y su reputación. Las empresas que adoptan estos principios se benefician de una plantilla motivada, mayores tasas de retención y un equipo más comprometido e inspirado.

Mejora la imagen pública

La autenticidad es un aspecto esencial que toda empresa debe priorizar en sus operaciones. Como empresa, es vital asegurarse de que su enfoque de la responsabilidad social es honesto y transparente.

Las pequeñas empresas pueden aprender de su red para crear iniciativas de responsabilidad social que sean auténticas y sinceras. Las empresas deben asumir un papel activo a la hora de abordar los retos de la sociedad y asegurarse de que sus esfuerzos son auténticos y no sólo publicitarios.

La autenticidad es clave y, cuando se combina con la responsabilidad social de las empresas, fomenta una reputación positiva, mejora la fidelidad de los clientes y aumenta la rentabilidad.

Aumenta las ventas

Se ha demostrado que la incorporación de una estrategia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) bien estructurada y eficaz aumenta significativamente las ventas de las empresas. Aunque esto pueda considerarse una influencia indirecta, no deja de ser un impacto digno de mención. Dado que los consumidores son cada vez más sensibles a las empresas que apoyan, las empresas que han establecido marcos sólidos de RSE suelen verse favorecidas frente a los competidores que carecen de tales iniciativas o tienen campañas percibidas como poco auténticas. En última instancia, los clientes eligen y se comprometen con la marca que se ajusta a sus valores y prioridades. La incorporación de la RSE en el marco operativo de una empresa es un componente integral del panorama empresarial actual, que permite a las empresas no solo maximizar las ventas, sino también fomentar una reputación y una imagen corporativa positivas a los ojos del público.

Mejora la fidelidad de los clientes

En el panorama empresarial actual, adoptar una estrategia sólida de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) no es sólo una obligación moral, sino también una decisión empresarial sensata que puede generar beneficios considerables. Al adoptar este enfoque, los empresarios pueden esperar un notable aumento de la fidelidad de clientes y empleados. Para ello, es importante que los propietarios/empleados busquen y evalúen periódicamente las perspectivas de sus empleados sobre las prácticas de RSE de la organización.

Es igualmente imperativo que los accionistas y las partes interesadas observen las políticas de responsabilidad social de una empresa y reconozcan su impacto positivo en la sociedad. De este modo, las empresas pueden mejorar su reputación entre el público en general, demostrando su compromiso con la creación de un mundo mejor. Esta postura puede contribuir significativamente a la retención de clientes, ya que las personas se sienten motivadas a permanecer leales a las empresas que muestran inclinaciones filantrópicas. Merece la pena señalar que es más probable que los clientes permanezcan fieles a las empresas que dan prioridad a la RSE que a otras que ofrecen productos o servicios similares, pero sin ese compromiso con la responsabilidad social. Por ello, los directivos deben asegurarse de que la RSE siga siendo una prioridad de su organización si quieren conservar y atraer la lealtad de clientes y empleados por igual.

Deja una huella ecológica

Tomarse en serio la RSE es crucial para que las empresas muestren su compromiso no sólo con sus grupos de interés, sino también con el medio ambiente y las comunidades a las que sirven. No es ningún secreto que algunas grandes empresas son responsables de niveles significativos de contaminación por carbono. De hecho, las investigaciones indican que cinco grandes empresas han contribuido al 12,5% de toda la contaminación por carbono desde 1854. Esta alarmante estadística pone de relieve la necesidad de que las empresas, independientemente de su tamaño, estén atentas para minimizar su huella de carbono.

Las pequeñas y medianas empresas (PYME) también deben tomarse en serio la RSE, ya que constituye un ejemplo positivo a seguir para los futuros empresarios. Todas las empresas, independientemente de su tamaño, tienen la responsabilidad de actuar para reducir su impacto en el medio ambiente.

Incorporar prácticas sostenibles a las operaciones empresariales no sólo ayuda al medio ambiente, sino que también promueve una imagen de marca positiva y puede incluso dar lugar a nuevas oportunidades de negocio y asociaciones.

Las empresas pueden tomar medidas sencillas pero eficaces para ser más sostenibles, como reducir su consumo de energía, utilizar materiales reciclables y asociarse con organizaciones locales para devolver algo a la comunidad. Al adoptar medidas prácticas de RSE, las empresas pueden demostrar su compromiso con la creación de un futuro más sostenible para todos.

2.2. Cómo adaptar tu empresa

Un programa de RSE ejecutado con eficacia puede generar beneficios como el aumento de las ventas, la motivación de los empleados y la mejora del posicionamiento de la marca. Es crucial mantener la autenticidad a la hora de representar el propósito y los valores de su empresa en las iniciativas de RSC para obtener beneficios a largo plazo. Poner en marcha un programa eficaz de RSE implica varios factores clave que deben tenerse en cuenta. He aquí algunos consejos que le ayudarán a implantar con éxito un programa de RSE que se ajuste a los valores y objetivos de su empresa.

1. Empezar poco a poco y aumentar cada año

Es fundamental que las empresas inicien su andadura en el ámbito de la RSE empezando por poco y aumentando gradualmente cada año. El primer paso consiste en fijar objetivos claros y alcanzables que estén en consonancia con los valores fundamentales de la empresa.

A continuación, es fundamental recabar la opinión de todas las partes interesadas, incluidos clientes, empleados y socios.

A través de este proceso de evaluación, las organizaciones pueden identificar su capacidad interna para aplicar eficazmente las iniciativas de RSE.

Una vez identificada una idea principal, hay que formular un plan de ejecución, teniendo en cuenta los posibles retos y obstáculos. Se recomienda centrarse inicialmente en un programa y ejecutarlo con excelencia, asegurándose de que se alinea con los valores fundamentales y la misión de la empresa. En consecuencia, es fundamental evaluar la eficacia de este programa inicial, y esto puede hacerse midiendo el impacto social, el compromiso de los empleados, el retorno de la inversión (ROI) y otras métricas relevantes. En última instancia, con el progreso de cada año, las empresas pueden ampliar sus esfuerzos de RSC manteniendo la autenticidad y construyendo una sólida credibilidad entre todas las partes interesadas.

2. Crear un puesto para la RSE

Para mostrar el compromiso de su organización con las prácticas empresariales sostenibles y el impacto social, es aconsejable nombrar a un nuevo empleado o ascender a un empleado actual como coordinador de RSE. Esta persona es responsable de desarrollar estrategias bien pensadas e inclusivas orientadas a fomentar las relaciones entre su empresa y la sociedad, al tiempo que pone de relieve la dedicación de su organización a las prácticas empresariales sostenibles y la contribución social.

3. Dar prioridad a la diversidad, la igualdad y la inclusión (DEI)

La integración de la diversidad, la equidad y la inclusión (DEI) es un aspecto esencial de cualquier programa de RSE. Incorporar estos elementos a las iniciativas de RSE puede reforzar una imagen de marca positiva y fomentar el compromiso de las comunidades que se alinean con sus valores fundamentales.

Aparte de esto, la DEI también desempeña un papel fundamental en la mejora de la moral de los empleados al reforzar su sentido de pertenencia en el lugar de trabajo. Como resultado, las empresas que dan prioridad a la DEI demuestran un compromiso con la creación de un entorno de trabajo inclusivo que promueva la diversidad e impulse resultados equitativos para todas las personas implicadas. En vista de ello, se recomienda que las empresas den prioridad a la DEI en sus programas de RSE para avanzar en sus objetivos de responsabilidad social y crear un impacto positivo en la sociedad.

4. Trabajar con la comunidad local

El desarrollo de asociaciones con las autoridades locales y el apoyo a las organizaciones sin ánimo de lucro son otra forma estupenda de adaptar su empresa a un enfoque de RSE. Puede empezar por ponerse en contacto con los líderes de la comunidad para crear una relación sólida y empezar a implicarse más. Esto no sólo mejora el perfil de su empresa, sino que también ayuda a los residentes a ver que está teniendo un impacto positivo en su comunidad local.

También podrías apuntarte a acuerdos de patrocinio y recaudación de fondos, ya sea para la feria local del pueblo o para una obra de teatro escolar. Por ejemplo, la empresa podría donar un pequeño porcentaje de las ventas a un proyecto de recaudación de fondos de una organización local.

Breve resumen

En conclusión, el concepto de RSE se ha convertido en parte integrante de la actividad empresarial en la UE. Cada vez son más las empresas que reconocen la importancia de la responsabilidad social de las empresas.

Hay muchas formas en que las empresas pueden participar en la RSE, desde donar dinero a organizaciones benéficas hasta aplicar prácticas sostenibles

desde el punto de vista medioambiental. Sea cual sea el enfoque adoptado, el objetivo debe ser siempre crear un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. A medida que avanzamos, es imperativo que las empresas sigan adoptando el concepto de RSE y busquen formas de hacer que sus operaciones sean más responsables desde el punto de vista social y medioambiental.

A través de sus años de experiencia en RSE, la UE ha demostrado que las empresas pueden lograr un crecimiento sostenible y el éxito mediante la incorporación de prácticas empresariales éticas y socialmente responsables. Al asumir la responsabilidad por el impacto de sus acciones, las empresas de la UE han demostrado un compromiso no sólo con su cuenta de resultados, sino también con las comunidades en las que operan y el mundo en general, el concepto de RSE está aquí para quedarse, y los propietarios de pequeñas empresas tienen un papel crucial que desempeñar en su aplicación. Al adherirse a las prácticas de la RSE, las pequeñas empresas también pueden contribuir al bien mayor de la sociedad al tiempo que obtienen numerosos beneficios para sí mismas. Como sociedad, necesitamos que más empresas adopten la RSE para crear un mundo mejor para nosotros y para las generaciones futuras.

Consejos

- Mantenerlo local: la adopción local/regional de la RSE en lugar de ejemplos internacionales facilitará la autenticidad del concepto de RSE y su aplicación.
- Ayudar a los alumnos a desarrollar una visión de las prácticas regionales/nacionales.
- Empiezar con pequeños pasos: no hay prisa por aprenderlo todo de una vez.

Actividades de formación

Actividad 1

Duración: 30 minutos

1. Ver [este](#) video o escucha el [podcast](#) de Benevity sobre los tipos de RSE.
2. Después de ver el video, leer los dos estudios de caso que figuran a continuación y analizar las medidas adoptadas por las empresas desde la perspectiva de la RSE y averiguar qué tipo de RSE está integrada.

Caso práctico 1

Reynaldi SRL: La empresa familiar italiana del sector cosmético aspira a una sostenibilidad de 360°.

Reynaldi SRL es un fabricante por contrato de tamaño medio con sede en Turín que ofrece servicios de formulación, producción y envasado de cosméticos naturales.

Reynaldi SRL ofrece una gama de servicios de fabricación a terceros para conocidas marcas internacionales de cosméticos, así como para marcas locales y ecológicas. El modelo de negocio de la empresa no se limita a la producción basada en fórmulas preestablecidas, sino que busca ir un paso por delante y ofrece sus propios servicios de formulación para desarrollar nuevas líneas de diversos productos para el cuidado de la piel, fragancias y otros preparados cosméticos. A lo largo de los años, la sostenibilidad y la responsabilidad social han pasado a formar parte del modelo de negocio de la empresa mediante las siguientes acciones:

1. **Desarrollo de una pequeña empresa femenina en Burkina Faso.** La región estaba muy poblada de árboles de karité, pero los lugareños sólo solían arrancar y vender el fruto en lugar de transformarlo en manteca de karité, de mayor valor añadido. Esta última se utiliza mucho en cosmética, por lo que el Dr. Reynaldi había decidido apoyar a las mujeres ayudándolas a desarrollar un negocio relacionado con la extracción de manteca de karité.
2. **Ofrecer oportunidades laborales a jóvenes marginados.** Desde 2019, Reynaldi compra ingredientes naturales cultivados por miembros de la comunidad de recuperación de San Patrignano, que busca ayudar a jóvenes que sufren drogadicción y marginación.
3. **Instalación de una planta de recuperación de agua.** En 2016, la empresa instaló una planta de recuperación de agua que permite reducir el consumo de agua en el proceso de producción. El innovador sistema de circuito cerrado permite ahorrar una media de 350 toneladas de agua al año, lo que también se traduce en unos beneficios económicos de ahorro de aproximadamente 1 500 EUR.
4. **Atención a los empleados y reparto de beneficios.** Desde 2020, se introdujo una política de distribución de beneficios: un tercio de los beneficios se dedica a los accionistas, otro tercio se reinvierte en la empresa (por ejemplo, para mejorar las instalaciones) y el último tercio se distribuye entre los empleados en forma de bonificación de empresa

Caso práctico 2

Clio Muse Tours: una plataforma digital griega que conecta las industrias del turismo y la cultura, y capacita a los profesionales

Clio Muse Tours es una empresa galardonada que crea y distribuye recorridos digitales autoguiados y experiencias de visitas virtuales.

Fundada en 2014, ha producido más de 350 visitas digitales en 15 países que promueven prácticas sostenibles en el turismo. Los recorridos abarcan una amplia gama de temas como la historia, el arte, la arquitectura y el "turismo oscuro." Algunos de ellos se utilizan con fines educativos y se distribuyen gratuitamente. Lo que distingue a esta empresa de sus homólogas es que el contenido de los tours se basa en una metodología premiada que, entre otras cosas, mitiga el sobreturismo.

Por último, el elemento primordial del modelo de negocio de Clio Muse Tours es que también ha desarrollado herramientas tecnológicas de vanguardia que permiten a terceros creadores, como instituciones culturales y expertos del sector turístico, convertirse en creadores de contenidos y digitalizar sus negocios.

- 1. Permitir a profesionales y principiantes del sector turístico convertirse en creadores de contenidos turísticos.** Clio Muse Tours permite a los trabajadores de los sectores de la cultura y el turismo crear visitas autoguiadas a través de su herramienta de creación CREATE. A continuación, la empresa vende estas visitas a través de la aplicación y el sitio web de Clio Muse Tours y las distribuye a través de las principales agencias de turismo en línea (OTA). Esta solución tecnológica escalable capacita a los profesionales que, por ejemplo, perdieron su trabajo durante la pandemia y les ayuda a obtener ingresos adicionales dedicando comisiones del 30% del precio del tour a los colaboradores.
- 2. Mejorar constantemente los servicios para personas con discapacidad**
El equipo de Clio Muse Tours cree que las discapacidades físicas no deben ser un obstáculo para disfrutar de una experiencia turística de calidad. Por ello, la empresa mejora constantemente sus servicios para adaptarlos a las necesidades de las personas con discapacidad.

Por ejemplo, actualizaron la plataforma Clio Muse Tours para navegadores Tour Experience de forma que permite a las personas con discapacidad visual ajustar el contraste, la forma en que se muestran el texto y las imágenes, así como resaltar determinadas partes del texto.

3. Minimizar los efectos negativos del turismo en destinos populares.

Clio Muse Tours planifica las rutas de los viajes de tal forma que anima a los usuarios a visitar tanto lugares legendarios del patrimonio como lugares menos conocidos, así como a salirse de los caminos trillados.

La empresa colabora a menudo con museos menos populares, así como con municipios y empresas de servicios públicos.

Notas para la diferenciación en la instrucción/aplicación:

- Puedes sustituir estos estudios de casos según tu objetivo, por ejemplo, estudios de casos internacionales.
- Puedes encontrar más estudios de casos aquí
<file:///Users/arge/Desktop/E+/SCOP/Rewind/WPs/WP2/uptake%20of%20corporate%20social%20responsibility%20csr%20by%20european-EA0921514ENN.pdf>
- Como seguimiento, se puede pedir a los alumnos que busquen una empresa de su región que integre la RSE en sus actividades empresariales diarias y que la presenten para familiarizarse con la experiencia local/regional.

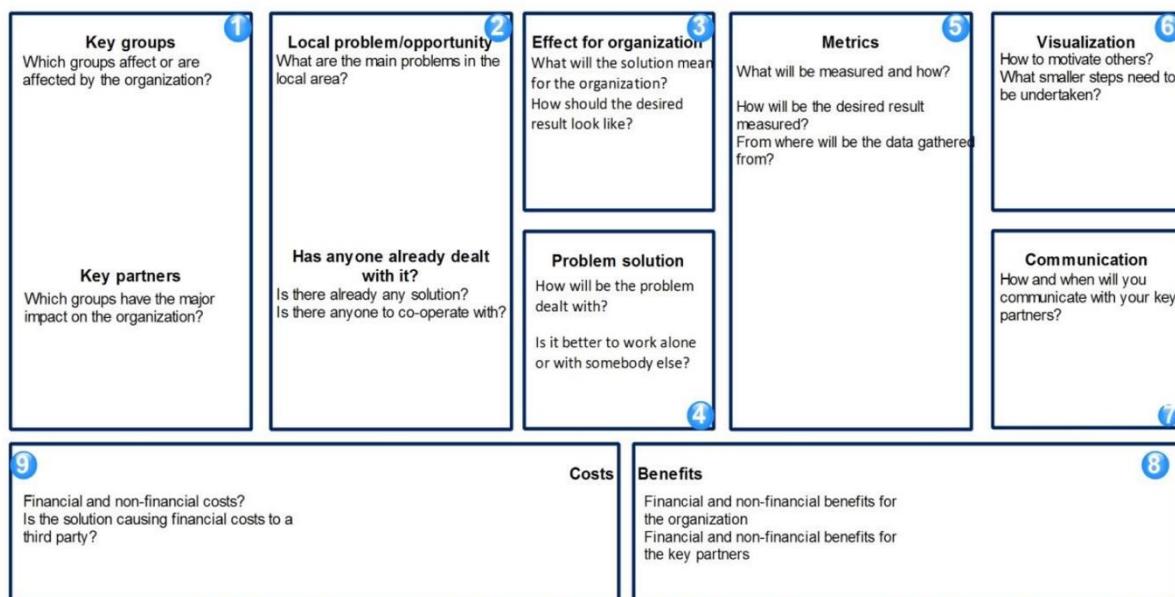
Actividad 2

Duración: 60 - 90 minutos

Aplicar cuanto antes un planteamiento de RSE a una empresa, independientemente de su tamaño, es la mejor manera de reducir el impacto

ambiental y crear los modelos empresariales más eficaces en última instancia. Sin embargo, no existe un método válido para todas las empresas, ya que cada una tiene sus propios valores. Antes de tomar cualquier decisión informada sobre la adopción de un enfoque de RSE en la empresa, una evaluación adecuada de la RSE puede ayudar a identificar lagunas y oportunidades y mejorar así la toma de decisiones empresariales.

Fig. 1 CSR Canvas



[Fuente](#)

1. Imprime/reescribe el modelo en un papel o créalo en formato electrónico (por ejemplo, Excel).
2. Puedes utilizar papeles autoadhesivos. Es fácil trabajar con ellos y te obliga a ser conciso.
3. Empieza a llenar las casillas en el orden del 1 al 9. Lo que no sepas ahora, puedes saltártelo y luego volver. La parte fundamental es la identificación de los socios clave, sus problemas y la búsqueda de formas de solucionarlos o paliar sus efectos. Por tanto, presta a este campo la máxima atención.

Para que estas actividades sean eficaces, deben estar orientadas con mucha precisión.

4. Búsqueda de continuidad y relaciones entre distintos campos.
5. Es importante escribir la idea para que, cuando la leas en voz alta, siga teniendo sentido. Los campos son pequeños a propósito, para obligarte a escribir de forma clara y concisa.
6. Una vez completado el primer intento, intenta centrarte en las áreas que resultaron problemáticas.
7. Crea un modelo distinto para cada grupo para el que haya encontrado el problema o la oportunidad y amplíalo detalladamente.
8. Evalúa cuál crees que es la mejor opción y empieza por aplicarla.

Ejercicios de autoevaluación

Incluya 3 ejercicios para la evaluación en formato de opción múltiple o verdadero/falso.

1. **¿En qué términos pueden influir las empresas a través de la RSE?**
 - a. Económico
 - b. Filantrópica
 - c. Comunidad
 - d. Ética
 - e. Medio ambiente
2. **¿Cuál de los siguientes puede ser un ejemplo de Responsabilidad Ética?**
 - a. Reducir los plásticos de un solo uso
 - b. Hacer donaciones
 - c. Atraer a una mano de obra diversa
 - d. Igualdad salarial
 - e. Apoyo a los proveedores locales

3. ¿Cuál de las siguientes no es una ventaja de la RSE para las pequeñas empresas?

- a. Motivación de los empleados
- b. Fidelidad de los clientes
- c. Mejora de las finanzas
- d. Participación comunitaria
- e. Huella ecológica

Q1 C, Q2 D, Q3 D.

Referencias

Benevity (2022) *How to research when developing a Corporate Social Responsibility Strategy for your business, Cómo investigar a la hora de desarrollar una estrategia de responsabilidad social corporativa para su empresa.* Disponible en: <https://benevity.com/resources/corporate-social-responsibility-strategy-research> (fecha de consulta: 04 de junio de 2023).

admin (s.f.). *RSE - Sostenibilidad y RSE.* [en línea] www.bmas.de. Disponible en: <https://www.csr-in-deutschland.de/EN/CSR/Background/Sustainability-and-CSR/sustainability-and-csr-article.html> (Consultado: 04 junio 2023).

greenly.earth. (s.f.). *Cómo implantar un enfoque de RSE en su empresa.* [en línea] Disponible en: <https://greenly.earth/en-us/blog/company-guide/how-to-implement-a-csr-approach-in-your-company#anchor-1> (fecha de consulta: 04 de junio de 2023).

Hohnen, P. y Potts, J. (2007). *Corporate Social Responsibility An Implementation Guide for Business.* [en línea] Disponible en: https://www.iisd.org/system/files?file=publications/csr_guide.pdf (Consultado: 04 junio 2023).

Segal, E. (s.f.). *How Small Businesses Are Implementing Corporate Social*

Responsibility Missions: Encuesta. [en línea] Forbes. Disponible en:

<https://www.forbes.com/sites/edwardsegal/2022/04/21/how-small-businesses-are-implementing-corporate-social-responsibility-missions-survey/?sh=619fa2364d05>

[Consultado el 4 de septiembre de 2023].