

# INFORME DE PROMOCIÓN DE LA RSC EN TINDAYA EDUCACIÓN

2019



GENERALITAT  
VALENCIANA





## Contenidos

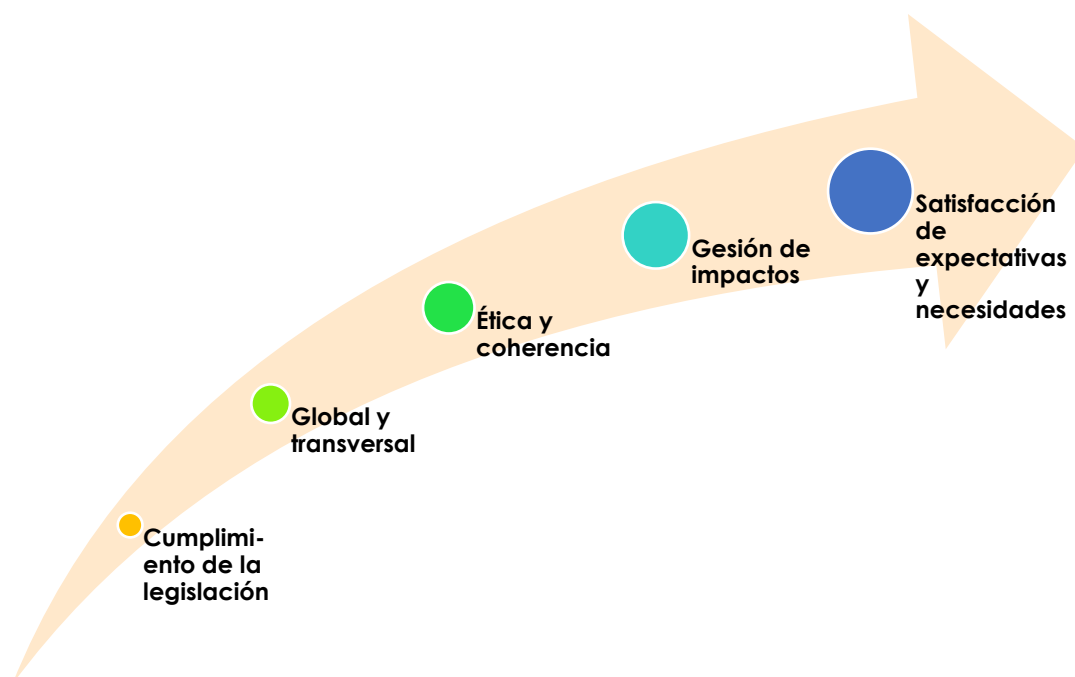
CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC) .....	2
ANTECEDENTES .....	4
IMPORTANCIA DE LA RSC.....	6
LA RSC EN LAS PYMES Y ASOCIACIONES .....	7
LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA PARA TINDAYA EDUCACIÓN.....	8
MEDIDAS/ACTUACIONES SUGERIDAS PARA LA PROMOCIÓN DE LA RSC.....	10
UNA PARTICIPACIÓN MÁS ACTIVA EN PRÁCTICAS Y ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	14
BIBLIOGRAFÍA:.....	15

## CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una forma de dirigir las empresas basado en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general.

Se rige por 5 principios:

1. Cumplimiento de la legislación
2. Global y transversal
3. Ética y coherencia
4. Gestión de impactos
5. Satisfacción de expectativas y necesidades



### CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN

La RSC implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional vigente y especialmente de las normas internacionales en vigor (OIT, Declaración Universal de los Derechos Humanos, Normas de Naciones Unidas sobre Responsabilidades de las Empresas Transnacionales y otras

Empresas Comerciales en la esfera de los Derechos Humanos, Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales).

### **GLOBAL Y TRANSVERSAL**

La RSC es de carácter global, es decir afecta a todas las áreas de negocio de la empresa y de sus participadas, así como a todas las áreas geográficas en donde desarrollen su actividad. Afecta por tanto, a toda la cadena de valor necesaria para el desarrollo de la actividad, prestación del servicio o producción del bien.

### **ÉTICA Y COHERENCIA**

La RSC comporta compromisos éticos objetivos que se convierten de esta manera en obligación para quien los contrae. Debe existir coherencia entre los compromisos públicos adquiridos con las estrategias y decisiones de negocio, pues en otro caso se convertirá en una mera gestión de la reputación.

### **GESTIÓN DE IMPACTOS**

La RSC se manifiesta en los impactos que genera la actividad empresarial en el ámbito social, medioambiental y económico. Para su gestión es imprescindible identificar, prevenir y atenuar las posibles consecuencias adversas que se pudieran producir.

### **SATISFACCIÓN DE EXPECTATIVAS Y NECESIDADES**

La RSC se orienta a la satisfacción e información de las expectativas y necesidades de los grupos de interés. Deben generarse procesos que integren las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas de los

mismos en las operaciones empresariales y en la estrategia, de manera que se genere valor no solo para los accionistas sino para todos los grupos de interés y la sociedad.

## ANTECEDENTES

Actualmente, resulta cada vez más evidente que la sociedad debe trabajar por un “Desarrollo Sostenible” para poder cubrir nuestras necesidades y garantizar las necesidades de las generaciones futuras. Hablar de sostenibilidad se ha convertido en un elemento clave para entender todas las formas de desarrollo económico, social, laboral, industrial, etc. Por tanto la sostenibilidad ha adquirido rango de derecho. Así mismo el trabajo por garantizar un desarrollo sostenible de la humanidad pasa, necesariamente, por el compromiso de sus agentes económicos, políticos, académicos y sociales, tanto públicos como privados, para trabajar conjuntamente en la materia.

Para entender el recorrido que ha tenido la RSC en la sociedad debemos remontarnos al inicio del milenio. En el 2001 tuvo lugar la presentación del Libro Verde sobre Responsabilidad Social de las Empresas, el cual supuso el inicio de un largo debate institucional europeo en la materia.

Desde ese momento hasta diez años después, la RSC ha ido ganando protagonismo de forma progresiva en la agenda de prioridades europeas. Es en ese mismo año, en octubre de 2011, cuando la Comisión Europea presenta la Estrategia Renovada de la Unión Europea sobre Responsabilidad Social de las Empresas (COM, 2011).

La estrategia europea presentada en 2011 introduce una nueva definición de responsabilidad social empresarial, que relaciona la responsabilidad de las empresas “por sus impactos en la sociedad”.

Además, pone de manifiesto la conveniencia de que las compañías tengan en cuenta en su estrategia y operaciones las expectativas de los grupos de interés para maximizar su capacidad de crear valor para el conjunto de la sociedad. La definición aclara que el cumplimiento de la legislación aplicable y de los convenios colectivos alcanzados entre los interlocutores sociales, es un requisito previo a la responsabilidad social empresarial. También señala que para asumir plenamente su responsabilidad, las empresas deben integrar las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos y las inquietudes de los consumidores.

Dos años más tarde, en febrero del 2013, la Estrategia Europea 2020 recoge el compromiso europeo de establecer un nuevo enfoque en responsabilidad social empresarial y la Resolución del Parlamento Europeo sobre responsabilidad social de las empresas: comportamiento responsable y transparente de las empresas y crecimiento sostenible

La estrategia europea renovada en materia de RSE refleja el convencimiento de los estados miembros de la Unión Europea acerca del papel que la responsabilidad social empresarial puede desempeñar para avanzar hacia la Estrategia Europa 2020, orientada a alcanzar un crecimiento inclusivo, sostenible e inteligente.

Por último, es preciso destacar la aprobación de la Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo que modifica la Directiva 2013/34/EU sobre divulgación de información no financiera e información sobre la diversidad por parte de determinadas grandes sociedades y determinados grupos, aprobada por el Parlamento Europeo el 15 de abril de 2014, y que será transpuesta al ordenamiento jurídico español.

## IMPORTANCIA DE LA RSC

Al inicio de la década de los 90 cobra importancia un fenómeno llamado la globalización, la mejora de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación permiten el desarrollo de una forma de comercio y relaciones sociales y personales totalmente diferentes a lo que se estaba dando hasta el momento. Este fenómeno surge como un futuro lleno de ventajas: un desarrollo sin precedentes a escala mundial que iba permitir el desarrollo de los países desarrollados y en vías de desarrollo. Sin embargo con el paso de los años los resultados no han sido esos.

La globalización ha aportado grandes avances para la sociedad pero también ha acarreado serias consecuencias: el aumento del poder de las empresas en detrimento de los Estados, la disminución de derechos para atraer la inversión directa extranjera, los procesos de deslocalización, la privatización de servicios básicos, y la imposición del capital económico sobre el capital humano.

Este oscuro contexto creó, así mismo, la necesidad de promover la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), como herramienta para reducir el impacto negativo de las empresas en general sobre los derechos sociales, laborales, medioambientales, y en definitiva, los Derechos Humanos.

La posición estratégica que ocupan las empresas españolas en los estándares internacionales en lo que respecta a sostenibilidad, es un reflejo del esfuerzo del país en RSC. Si bien es cierto que la globalización ha traído consigo un acelerado impulso de competitividad económica salvaje la Unión Europea manifiesta al respecto:

“Para la competitividad de las empresas es cada vez más importante un enfoque estratégico sobre RSE. Este puede reportar beneficios en cuanto a gestión de riesgos, ahorro de costes, acceso al capital,

relaciones con los clientes, gestión de los recursos humanos y capacidad de innovación” (Estrategia Renovada de la Unión Europea sobre Responsabilidad Social de las Empresas).

## LA RSC EN LAS PYMES Y ASOCIACIONES

La RSC nació asociada a las grandes empresas multinacionales pero con el paso del tiempo y dada su importancia en la economía (ver los siguientes cuadros resumen), se ha visto la necesidad de trasladar el concepto a las PYMES.

En base al Estudio realizado, en toda la UE, por el Observatorio de la PYME (DG Comisión Europea, 2002):

- Las actividades de RSC son habituales en las PYMES aunque estas no identifiquen dichas actividades con el concepto de RSC.
- La RSC depende de la cultura y de la sociedad donde se desarrollan dichas actividades y que por eso la RSC está más extendida en países donde la solidaridad y el respeto al medioambiente son valores fuertemente arraigados (Noruega, Islandia, Suecia, Dinamarca...). España pertenece al grupo de países donde la RSC no está extendida (según los criterios del estudio).
- Se asimila una política de RSC como una cesión de parte de sus beneficios económicos a la sociedad y no como un cambio en los valores y en la forma de gestionar sus negocios. Así, las actividades y métodos de RSC más habituales (esponsorización de actividades deportivas y culturales y donaciones) son actividades ajenas a la actividad empresarial, que le suponen un gasto económico pero no un cambio en los valores y en la forma de gestionar la empresa.
- Por lo descrito anteriormente, sus actividades de RSC son en su mayoría ocasionales y no forman parte de su estrategia empresarial: lo realizan cuando surge una ocasión concreta y cuando disponen de



recursos para ello. Por ello las actividades de RSC son consideradas como un gasto sin contrapartida y no como una inversión que les proporcione beneficios actuales y futuros.

Pero, las PYMES por sus características:

- **De proximidad:** con la comunidad donde desarrollan su actividad y con los trabajadores y otros agentes sociales que posibilitan su progreso,
- **De agilidad:** por sus ligeras estructuras receptivas a los cambios y que permiten una comunicación más directa y eficaz,
- **De efecto impulsor de la convicción de la dirección:** detectan mejor los nichos del mercado e invierten más en innovación, en términos relativos a su volumen de Ingresos y Gastos que las grandes empresas...

Son elementos fundamentales para impulsar la Responsabilidad Social Corporativa y lograr cambios realmente significativos en el mundo social, económico, laboral, medioambiental, etc.

## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA PARA TINDAYA EDUCACIÓN

La Asociación Tindaya Educación es una asociación que realiza proyectos educativos y sociales en la provincia de Alicante. Desde su creación ha estado sensibilizada ante la necesidad de implementar acciones sostenibles para el desarrollo de la sociedad en sus diferentes esferas, por tanto considera fundamental adherirse a las buenas prácticas de la RSC como forma de contribución a la sociedad.

Las principales razones por las que Tindaya Educación desarrolla este informe y decide poner en marcha un protocolo de RSC en la entidad a través de un trabajo en red con otras entidades de la provincia son las siguientes:

**Contribuir activamente** a que sean efectivos los derechos de información, elección y reclamación de los consumidores y usuarios para fomentar la RSE.

**Solidaridad y respeto** hacia todas las personas implicadas en los procesos de producción de los productos o la prestación de servicios que disfrutamos. Esta solidaridad se basa en la consciencia de vivir en una comunidad global. No solamente nos debemos preguntar: qué efecto tiene mi consumo en mí, sino también en los demás.

**Proteger el medio ambiente** y dejar a las generaciones venideras un entorno saludable. De nuevo, se aplica la dimensión global de nuestros hábitos de consumo como vamos a ver más adelante. Conscientes del impacto medioambiental y los residuos que provoca nuestro consumo, no solamente pensamos en el momento en el que disfrutamos del producto o servicio, sino también en el antes y el después.

**Guía/protocolo para un consumo responsable.** El papel de los y las consumidoras en la responsabilidad social de la empresa. Ejerciendo nuestro consumo de manera responsable, aprovechamos el poder de influencia del que disponemos para cambiar la realidad económica y adoptamos un mayor protagonismo en ella.

**Otro mundo es posible**, y a través de un consumo responsable, podemos poner nuestro granito de arena para hacerlo realidad.

“La RSE ha evolucionado, en parte, como respuesta a las expectativas y demandas de los consumidores. En sus hábitos de consumo, éstos exigen cada vez más información y garantía de que se tienen en cuenta sus intereses, principalmente en materia social y ecológica. Por su parte, las empresas son cada vez más sensibles a estas exigencias, tanto para conservar a sus consumidores habituales, como para atraer nuevos clientes.” (COM(2002) 347 final, p. 24)

## MEDIDAS/ACTUACIONES SUGERIDAS PARA LA PROMOCIÓN DE LA RSC

Desde Tindaya Educación consideramos que se pueden poner en marcha ciertas medidas o directrices que ayudaría en gran medida a apoyar la Responsabilidad Social Corporativa en nuestra área de actuación. Las actuaciones base serán las siguientes:

- ✓ Contaminación
- ✓ Reducción del consumo de energía
- ✓ Hacer un uso responsable del aire acondicionado y la calefacción.
- ✓ Evitar el uso clandestino de energía
- ✓ Reducir, reciclar, reutilizar
- ✓ Promover el comercio justo
- ✓ Promover la actuación responsable de la entidad
- ✓ Fomentar la inversión socialmente responsable y las finanzas alternativas.
- ✓ Eliminar las barreras mentales
- ✓ Comprar productos y optar por servicios ofrecidos por colectivos de personas con discapacidad o empresas de inserción.
- ✓ Reconocer las buenas prácticas de empresas no vinculadas a la inserción laboral.
- ✓ Información sobre la organización empresarial

A continuación se detallan cada una de las acciones que se han propuesto para llevar a cabo al respecto.

### **Contaminación:**

- Uso predominante del papel reciclado para gestión interna de la entidad.

- Promoción de materiales no contaminantes (tela, madera, etc.) en detrimento de aquellos que si contaminan (plástico, nylon, poliestireno expandido, etc.).
- Promoción del uso compartido de vehículo en las actividades fuera de la oficina.

### **Reducción del consumo de energía:**

- Predominancia del bajo consumo en los aparatos eléctricos en la medida de lo posible.
- Aprovechamiento del horario diurno para la realización de tareas en la oficina.

### **Hacer un uso responsable del aire acondicionado y la calefacción.**

- Comprobar qué habitaciones del lugar de trabajo realmente necesitan aire acondicionado.
- A la hora de adquirir un sistema de climatización, escoger siempre la alternativa que suponga menor consumo de energía primaria para atender tus necesidades de confort.

### **Evitar el uso clandestino de energía:**

- Apagar completamente los aparatos como la televisión, el ordenador, la impresora, la cadena de música, etcétera, cuando no se utilizan.

### **Reducir, reciclar, reutilizar**

- Evaluar las verdaderas necesidades y función de éstas para reducir el consumo.
- Comprar cantidades manejables de productos perecederos para no tener que tirarlos.
- Optar por productos con menos envase o envoltorio para reducir la basura.
- Llevarse una bolsa de tela, una mochila o un carrito a la compra para evitar las bolsas de plástico.

- Compartir utensilios que no utilizas a menudo con familiares, amigos o colegas de trabajo; por ejemplo máquina de coser, taladradora, tienda de campaña, etc.
- Reutilizar bolsas, papel de regalo y el dorso de papel de escribir.
- Comprar productos hechos a partir de materiales reciclados, como el papel reciclado. Manifiesta tu interés por estos productos si tu comerciante no los vende.
- Comprar bienes de segunda mano.
- Reparar las cosas que se te rompen.
- Donar, regalar o vender las cosas que ya no te sirven antes de tirarlas.
- Comprar bebidas en envases de vidrio reutilizables siempre que puedas frente a las latas y botellas de un solo uso.
- Separar la basura y entregarla a los servicios que ofrece la municipalidad, que son los contenedores y "Puntos Limpios".
- Residuos peligrosos como baterías, pilas, material informático, electrodomésticos, pinturas y esmaltes o de gran volumen se tienen que entregar en los "Puntos Limpios" o "Ecoparques" de tu municipalidad.
- Informarse sobre la lista completa de residuos que necesitan una entrega especial.

#### **Promover la actuación responsable de la entidad:**

- Solicita información a tu entidad financiera sobre la utilización de criterios sociales y medioambientales en su actividad financiera.
- Infórmate sobre la existencia de códigos éticos de conducta, y la publicación de memorias de sostenibilidad.

#### **Fomentar la inversión socialmente responsable y las finanzas alternativas.**

- Da a conocer estos productos en tu empresa: puedes conseguir una rentabilidad similar incorporando criterios de RSC a la gestión

de tu tesorería, al mismo tiempo que influyes directamente en la adopción de prácticas responsables.

- Infórmate sobre la existencia en tu ciudad de grupos organizados de inversores responsables, y participa en sus actividades y campañas.

### **Eliminar las barreras mentales**

- Demostrar paciencia con las personas que tardan más en el trabajo por alguna deficiencia o discapacidad.
- Realizar actividades de sensibilización en materia de diversidad funcional.
- Adoptar una actitud abierta hacia los profesionales que pertenecen o han pertenecido a algún colectivo en exclusión social.

### **Comprar productos y optar por servicios ofrecidos por colectivos de personas con discapacidad o empresas de inserción**

- Informarse sobre los productos que ofrecen las empresas de inserción y centros especiales de empleo en tu ciudad. La búsqueda se puede realizar a través de organizaciones especializadas como la FEDEI.

### **Reconocer las buenas prácticas de empresas no vinculadas a la inserción laboral.**

- Preguntar a las empresas de más de 50 empleados fijos en sus plantillas si cumplen con la cuota de reserva del 2%.

### **Información sobre la organización empresarial**

- Estrategia de Responsabilidad Social Corporativa de la Empresa.
- Existencia de un Código de Conducta.

- Participación de los trabajadores en el proyecto empresarial y/o la estrategia de RSC.
- Diálogo con los diversos “stakeholders” (partes interesadas).
- Implicación de la empresa en el entorno social.
- Patrocinio y mecenazgo de actividades sociales y culturales.

## UNA PARTICIPACIÓN MÁS ACTIVA EN PRÁCTICAS Y ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

### **Voluntariado**

Además de optar por productos y servicios socialmente responsables, como consumidores tenemos muchas más oportunidades para participar activamente en la responsabilidad social. Son prácticas que van más allá del consumo.

Muchas organizaciones que trabajan a favor de algún cambio social, organizan campañas para hacerse oír, alcanzar a un número máximo de personas y hacer presión pública en Administraciones Públicas o empresas. También sirven para despertar el interés de los medios de comunicación y dar peso a las reivindicaciones de las organizaciones.

Pueden consistir en la recogida de firmas, acciones en la calle, puestos de información o el envío de cartas, etc. Como consumidores responsables, podemos apoyar estas campañas y promover de esta manera la labor de las respectivas organizaciones.

### **Redes de intercambio**

Son una forma de trueque, pero no es la única. Existen otras redes de intercambio basadas en el mismo concepto – intercambio de bienes, conocimientos y servicios sin intermediación del dinero – que incluso se utilizan entre empresas. Se conocen también como redes de trueque. Cada organización de trueque o intercambio definirá su “moneda social” para medir el valor de lo que se intercambia.

## BIBLIOGRAFÍA:

COM (2011). El documento completo de la estrategia puede ser consultado en: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_en.htm)

DG Empresa de la Comisión Europea. Observatorio de las PYMES Europeas 2002/ nº 4: Las PYMES Europeas y su responsabilidad social y medioambiental

Observatorio de RSC (2007): Guía para un consumo responsable. El papel de los consumidores y consumidoras en la Responsabilidad Social Corporativa.

Observatorio de RSC (2005): Guía de la RSC para las Pymes. La responsabilidad está en tus manos.

Estrategia 2014-2020 para empresas, administraciones públicas y el resto de organizaciones para avanzar hacia una sociedad y una economía más competitiva, productiva, sostenible e integradora.