

La RS&S, la Responsabilidad Social & Sostenibilidad: de una oportunidad a una necesidad

por Emilio Moral, socio-director de RESPONSABILIA
& Coordinador Eje RSC & sostenibilidad de APDO



INDICE

- ❖ Definición de la RS&S
- ❖ Alcance de la RS&S
- ❖ Percepción de la RS&S
- ❖ Fundamentos del término RS&S
- ❖ Antes la RS&S era una oportunidad
- ❖ Necesidad de un cambio de paradigma: aplicar la RS&S
- ❖ Evolución de la visión de la empresa
- ❖ Evolución hacia una empresa RS&S
- ❖ Amenazas para el cambio
- ❖ Hitos alcanzados
- ❖ Aliados para el cambio
- ❖ Iniciativas que fomentan la RS&S
- ❖ Información a reportar
- ❖ El valor de una empresa
- ❖ El futuro de la RS&S
- ❖ La RCS: una nueva realidad

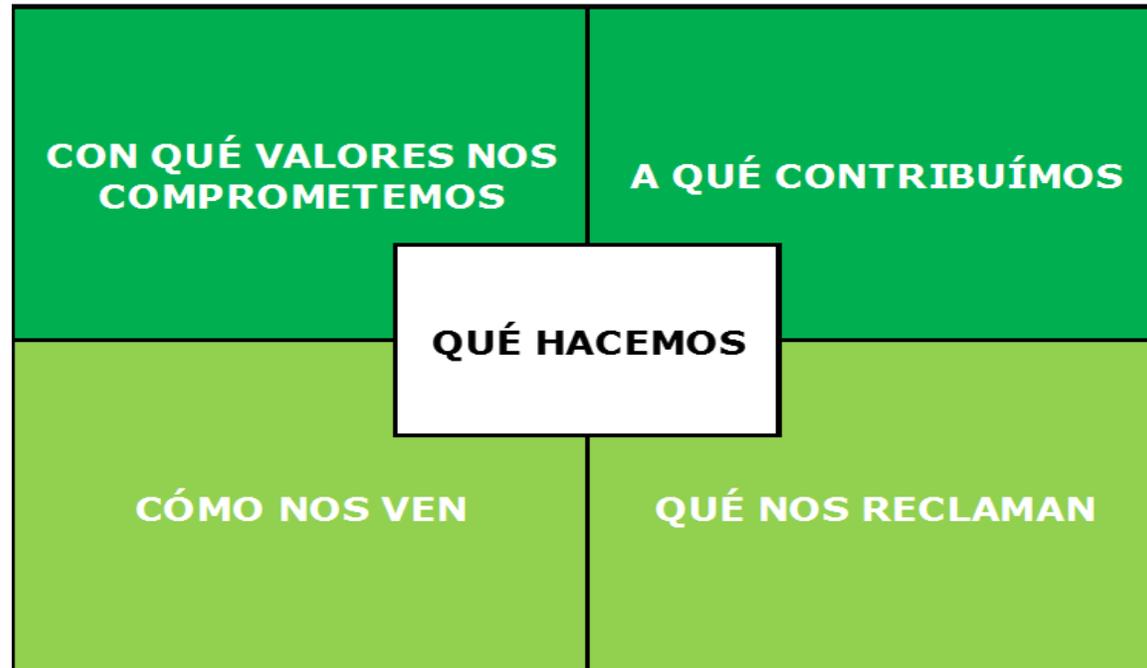
Definición de RS&S

“La RSE es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, **la integración voluntaria** por parte de la empresa, en su **gobierno y gestión**, en su **estrategia, políticas y procedimientos**, de **las preocupaciones sociales, laborales, ambientales y de respeto a los derechos humanos** que surgen de la **relación y el diálogo** transparentes **con sus grupos de interés**, **responsabilizándose** así de las consecuencias y de los **impactos** que derivan de **sus acciones**”.

Fuente: “Estrategia Española de RSE, 2014-2020”, aprobada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

Alcance de la RS&S

IDENTIDAD



REPUTACIÓN

Percepción de la RS&S

VAGA

Se confunde con la filantropía, con la ética empresarial, con el marketing con causa o con la inversión social (acción social & voluntariado).

INCOMPLETA

Se limita a los aspectos medioambientales, y en el mejor de los casos, a los aspectos sociales. No se abordan ni los aspectos de gobernanza ni los del respeto a los Derechos Humanos.

SESGADA

Por tanto, la percepción general es sesgada, es decir, tendenciosa, con una tendencia clara a reducirla a los aspectos ambientales y sociales.

Fundamentos del término de RS&S

- ❖ **Desarrollo Sostenible:** “Es aquel desarrollo que satisface las necesidades actuales de las personas sin comprometer la capacidad de generaciones futuras para satisfacer las suyas”. (Informe Brundtland, emitido por la Comisión Mundial de Medioambiente y Desarrollo de la ONU, 1987).
- ❖ **Ética de la empresa:** “Es la ética aplicada, encargada de establecer un marco normativo de actuación, que permite valorar la justicia de las acciones y las decisiones en las organizaciones”.
- ❖ **Teoría Multistakeholder:** “Cualquier grupo o individuo identificable que pueda afectar el logro de los objetivos de una organización o que es afectado por el logro de los objetivos de una organización”. (“Strategic Management: A Stakeholder Approach” – Edward Freeman, 1985)
- ❖ **Teoría del valor compartido:** “Las políticas y prácticas operacionales que aumentan la competitividad de una empresa, mientras simultáneamente mejoran las condiciones sociales y económicas de las comunidades dónde opera”. (Artículo de la Harvard Business Review por Michael E. Porter & Mark R. Kramer, 2011).

Antes la RS&S era una oportunidad (I)

Argumentos para incorporar la RSE:

- ❖ **Exigencia de la sociedad:** ética, transparencia, tener propósito, contribuir al desarrollo sostenible, cooperar con la comunidad, etc.
- ❖ **Tendencias:** nuevas generaciones, nuevos modelos de negocio, nuevas relaciones, un consumo responsable, etc.
- ❖ **Nuevos criterios de inversión:** criterios ASG, la ISR, banca ética, inversión de impacto social, etc.
- ❖ **La cadena de valor:** exigencia de los clientes, de los proveedores, de los accionistas, etc.
- ❖ **Convencimiento del emprendedor / empresario:** no por ser la última es la menos importante, a menudo es la razón principal.

Antes la RS&S era una oportunidad (II)

Beneficios de incorporar la RSE:

“Tanto la percepción del desempeño de una organización en materia de responsabilidad social, como su desempeño real, pueden influir, entre otras cosas en:

- ❖ Su ventaja competitiva.
- ❖ Su reputación.
- ❖ Su capacidad para atraer y retener a trabajadores o miembros de la organización, clientes o usuarios.
- ❖ Mantener la motivación, compromiso y productividad de los empleados.
- ❖ La percepción de los inversionistas, propietarios, donantes, patrocinadores y la comunidad financiera.
- ❖ Sus relaciones con empresas, gobiernos, medios de comunicación, proveedores, clientes y la comunidad donde opera”.

Necesidad de un cambio de paradigma: aplicar la RS&S

- ❖ **Desigualdad:** desigual distribución de la riqueza.
- ❖ **Demografía:** previsiones de crecimiento insostenibles.
- ❖ **Globalización:** países productores y países consumidores.
- ❖ **Contaminación:** el cambio climático y sus efectos.
- ❖ **Geopolítica:** aparición de nuevos actores emergentes.
- ❖ **Tecnología:** inteligencia artificial, blockchain, digitalización, etc.
- ❖ **Información:** big data, ciberseguridad, internet de las cosas, etc.
- ❖ **Valores emergentes:** igualdad, ecología, bienestar, etc.
- ❖ **Multinacionales:** cadena de valor, fiscalidad, impacto.
- ❖ **Consumidores:** nuevas demandas, expectativas, necesidades.

Evolución de la visión de la empresa

“**Los negocios sólo tienen una responsabilidad social:** emplear sus recursos y emprender actividades encaminadas a **aumentar sus beneficios**, siempre que se mantengan dentro de las reglas del juego, es decir, en competencia libre y abierta sin engaños ni fraudes”. (Milton Friedman)

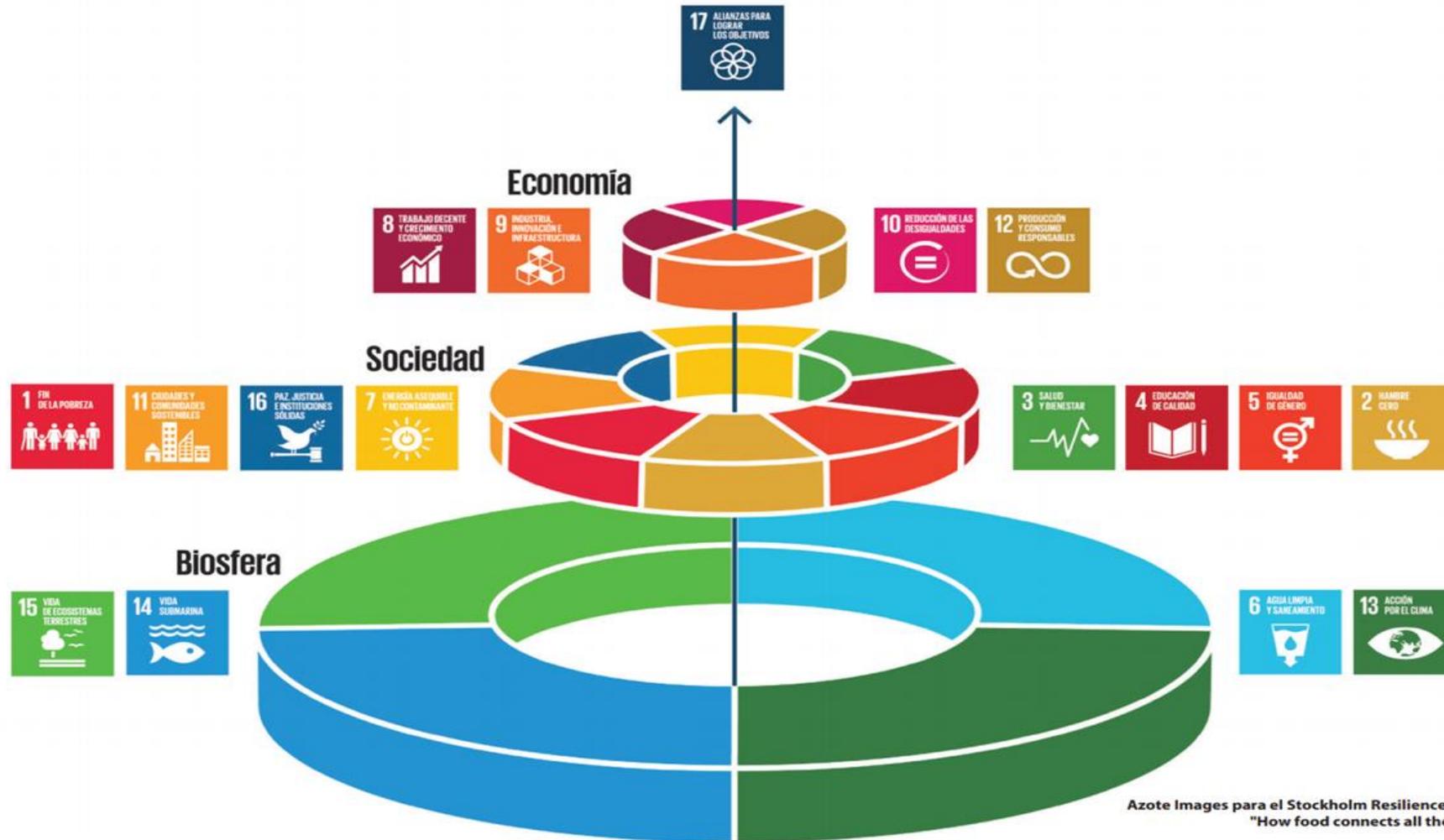
“Los **líderes** del mañana deben tener un **propósito** determinado, deben sentirse cómodos con el nivel de transparencia, deben poder trabajar en cooperación, deben ser pensadores sistémicos para poder manejar esta complejidad, **pero ante todo hay que ser seres humanos**”. (Paul Polman, CEO de Unilever 2009-2018)

Evolución hacia una empresa RS&S (I)



Fuente: elaboración propia

Evolución hacia una empresa RS&S (II)

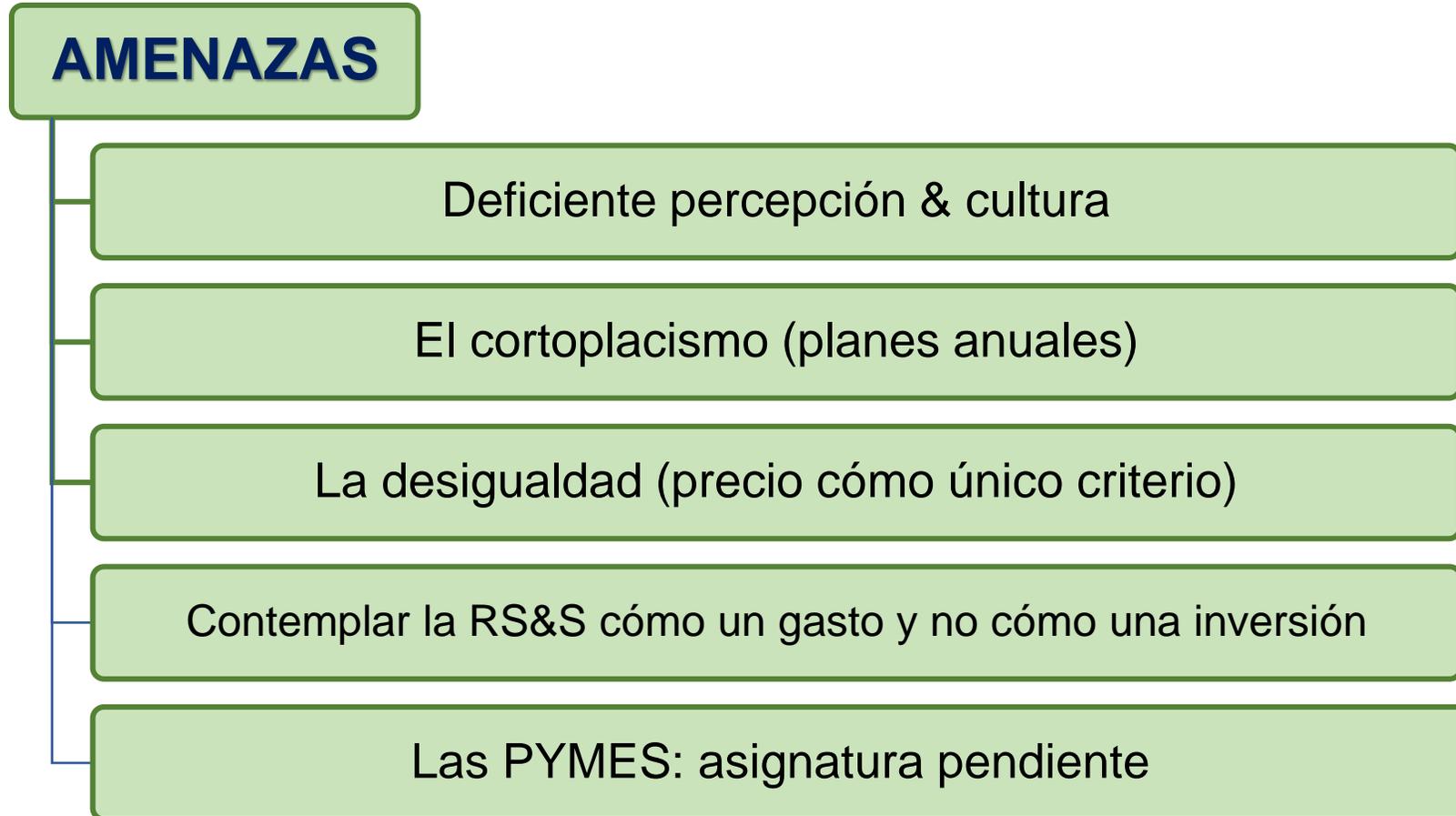


Fuente:
Azote Images para el Stockholm Resilience Centre
"How food connects all the SDGs"

Evolución hacia una empresa RS&S (III)



Amenazas para el cambio



Fuente: elaboración propia

Hitos alcanzados



Aliados para el cambio

ALIADOS

Nuevas generaciones (Millenials)

La ISR, Inversión Socialmente Responsable: criterios ASG

La Agenda 2030 (contribución global & alianzas)

Los fondos europeos de recuperación

Internet & RRSS & Periodismo de investigación

Fuente: elaboración propia

Iniciativas que fomentan la RS&S

INICIATIVAS

A NIVEL PÚBLICO: normativa – licitaciones (contratación pública sostenible) – planes municipales – etc.

A NIVEL PRIVADO:

Certificación: SA 8000 – SGE 21 (marco de certificación regulado bajo acreditación/autorización) – IQNET SR10 – WORLCOB (privadas fuera de marcos de acreditación/autorización)

Memorias & Informes EINF: verificaciones EINF Ley 11/2028 y Pacto Mundial de Naciones Unidas como marcos regulados por la administración – GRI Informe integrado (IIRC), Marcos regulados fuera de la reglamentación

Guías, Sellos y Reconocimientos: ISO 26000 – BCorp – AA 1000 – Discert – Bequal – EFR – Normas SGI de Igualdad – Modelos de Empresa Saludable y/o Empresas Humanas – Great Place to work – Top Employer – etc.

Banca Ética: Triodos Bank – COOP 57 - Global Alliance for Banking on Values

Otras: Economía del Bien Común – Índices bursátiles de sostenibilidad (Dow Jones Sustainability Indices -DJSI-, FTSE 4Goods) – Ratings de sostenibilidad – Comercio Justo – Economía Social y solidaria – Fundaciones y asociaciones (FORÉTICA - SERES – CONAMA – ECODES – ÉTNOR – etc.).

Fuente: elaboración propia

Información a reportar (I)

ÁREAS DE GESTIÓN

GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN: Política de responsabilidad social - código de conducta - comité de responsabilidad social - responsable de gestión ética/responsabilidad social - gestión de riesgos - Plan de responsabilidad social - relación y diálogo con los grupos de interés - política anticorrupción - auditoría interna - revisión por la dirección y mejora continua - divulgación de información no financiera.

PERSONAS QUE INTEGRAN LA ORGANIZACIÓN: Derechos humanos - igualdad de oportunidades y no discriminación - gestión de la diversidad e inclusión - conciliación de la vida personal, familiar y laboral - diseño y estructura de la organización - seguimiento del clima laboral - salud y bienestar en el trabajo - formación y fomento de la empleabilidad - reestructuración responsable.

CLIENTES: innovación responsable - calidad y excelencia - información responsable de productos y servicios - acceso a productos y servicios - publicidad y marketing responsable - consumo responsable.

PROVEEDORES Y CADENA DE SUMINISTRO: compras responsables - sistema de evaluación - Homologación de proveedores - Fomento de buenas prácticas, medidas de apoyo y mejora.

ENTORNO SOCIAL E IMPACTO EN LA COMUNIDAD: Medición y evaluación del impacto social - Inversión en la comunidad.

ENTORNO AMBIENTAL: identificación de actividades e impactos ambientales - Programa de gestión ambiental - Plan de riesgos ambientales - Estrategia frente al cambio climático.

INVERSORES: Buen gobierno, propiedad y gestión - transparencia de la información.

COMPETENCIA: competencia leal - cooperación y alianzas.

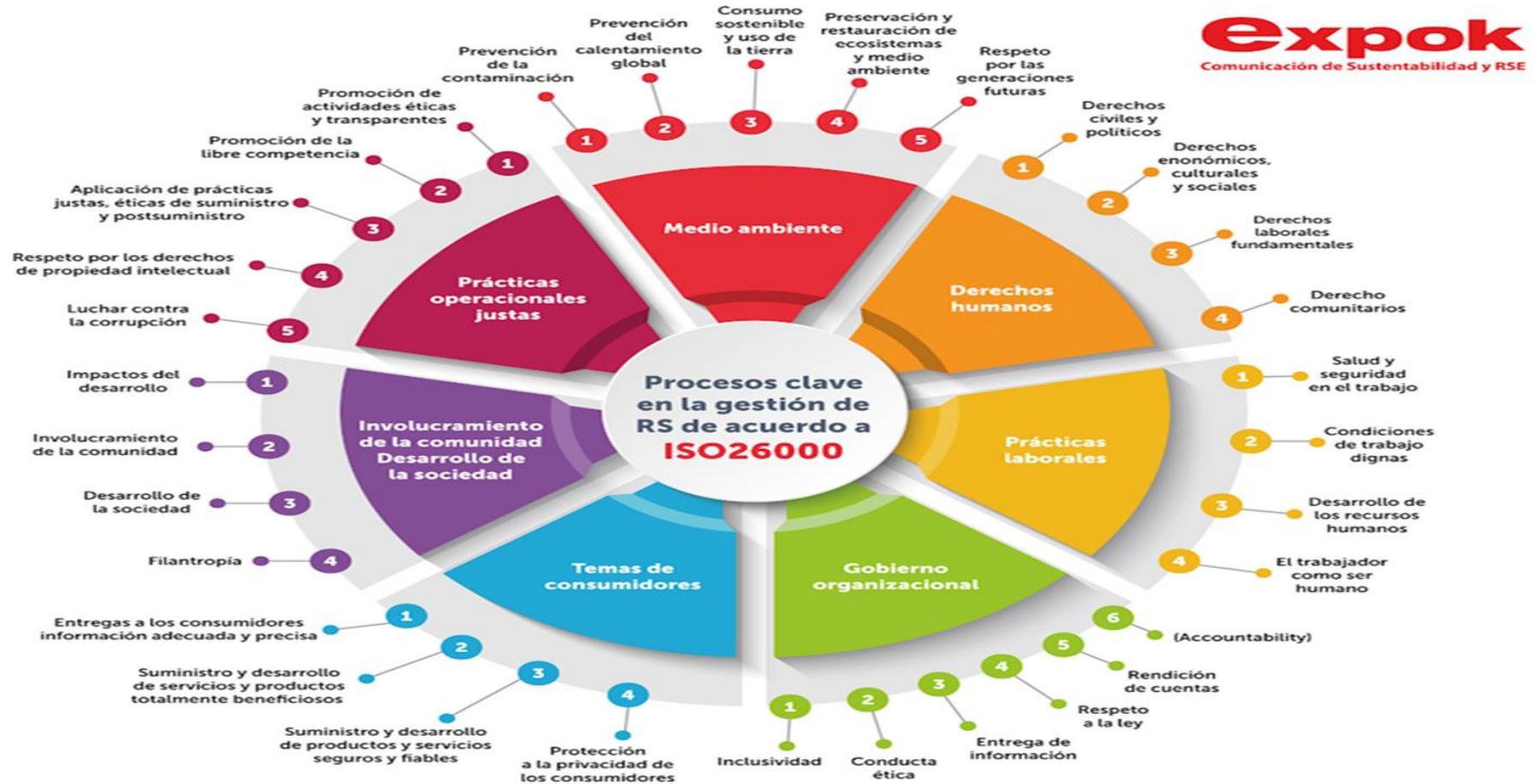
ADMINISTRACIONES PÚBLICAS: cumplimiento de la legislación y normativa - fiscalidad responsable - colaboración y alianzas público-privadas.



Fuente: Forética



Información a reportar (II)



El valor de una empresa

VALOR DE UNA EMPRESA

	Siglo XX	Siglo XXI
VALOR TANGIBLE	75-80%	20-25%
VALOR INTANGIBLE	20-25%	75-80%

"El valor de una empresa puede llegar a ser hasta un 80% valor intangible"



Fuente: artículos <https://acortar.link/D4jYi> & <https://acortar.link/XKZZt> & estudios recientes

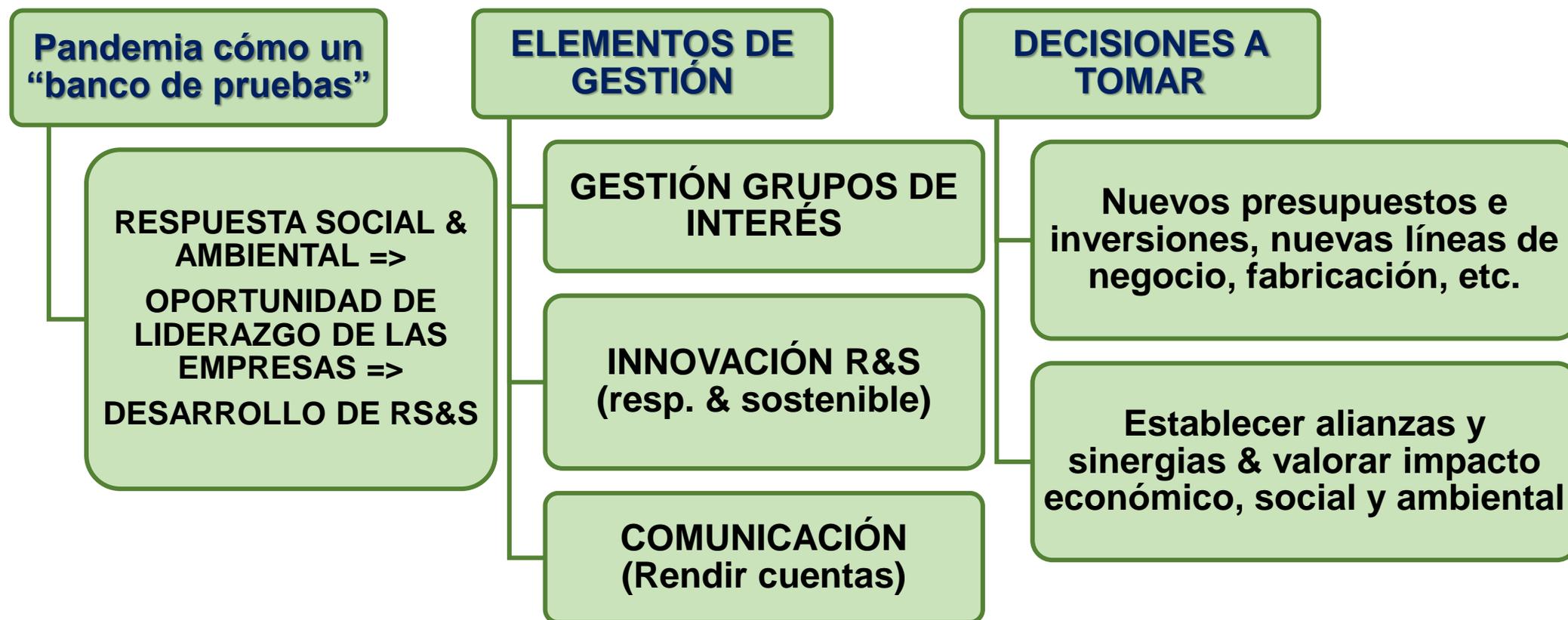


El futuro de la RS&S (I): a nivel interno de la organización



CONSTRUIR UNA NUEVA CULTURA/IDENTIDAD CORPORATIVA

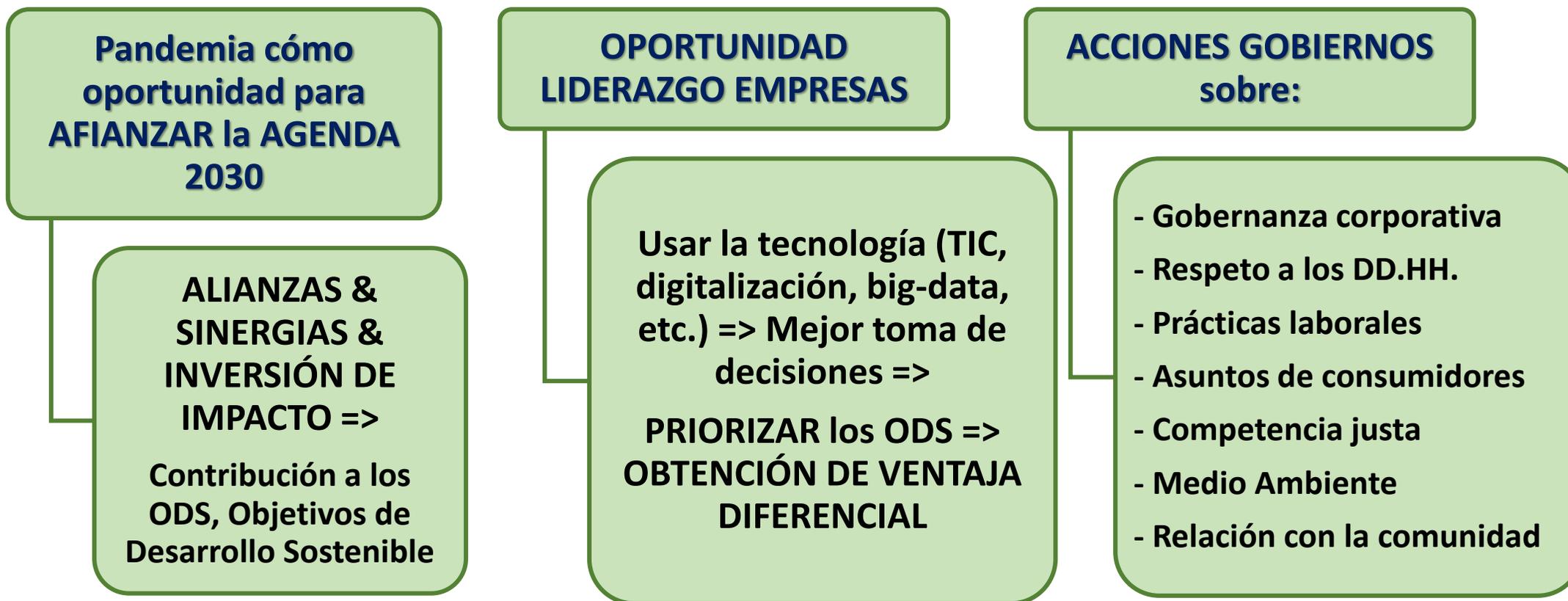
El futuro de la RS&S (II): a nivel externo de la organización



INCORPORAR EN LA REPUTACIÓN CORPORATIVA

Fuente: elaboración propia

El futuro de la RS&S (III): a nivel global



INCORPORAR EN EL PROPÓSITO LA CONTRIBUCIÓN Y EL COMPROMISO CON LA AGENDA 2030

El futuro de la RS&S (IV): conclusiones

TRANSICIÓN hacia una **EMPRESA SOSTENIBLE** mediante:

- 1) Establecer **PROPÓSITO**
- 2) Aplicar **CONTRIBUCIÓN**
- 3) Añadir **COMPROMISO**
- 4) Comunicar **IMPACTO**
- 5) Promover **ALIANZAS**

HERRAMIENTAS a utilizar para la **TRANSICIÓN**:

- Los 7 **PRINCIPIOS** de la Responsabilidad Social
- Las 7 **MATERIAS** de la Responsabilidad Social (ISO 26000)

OBETIVOS a alcanzar y **CÓMO HACERLO**:

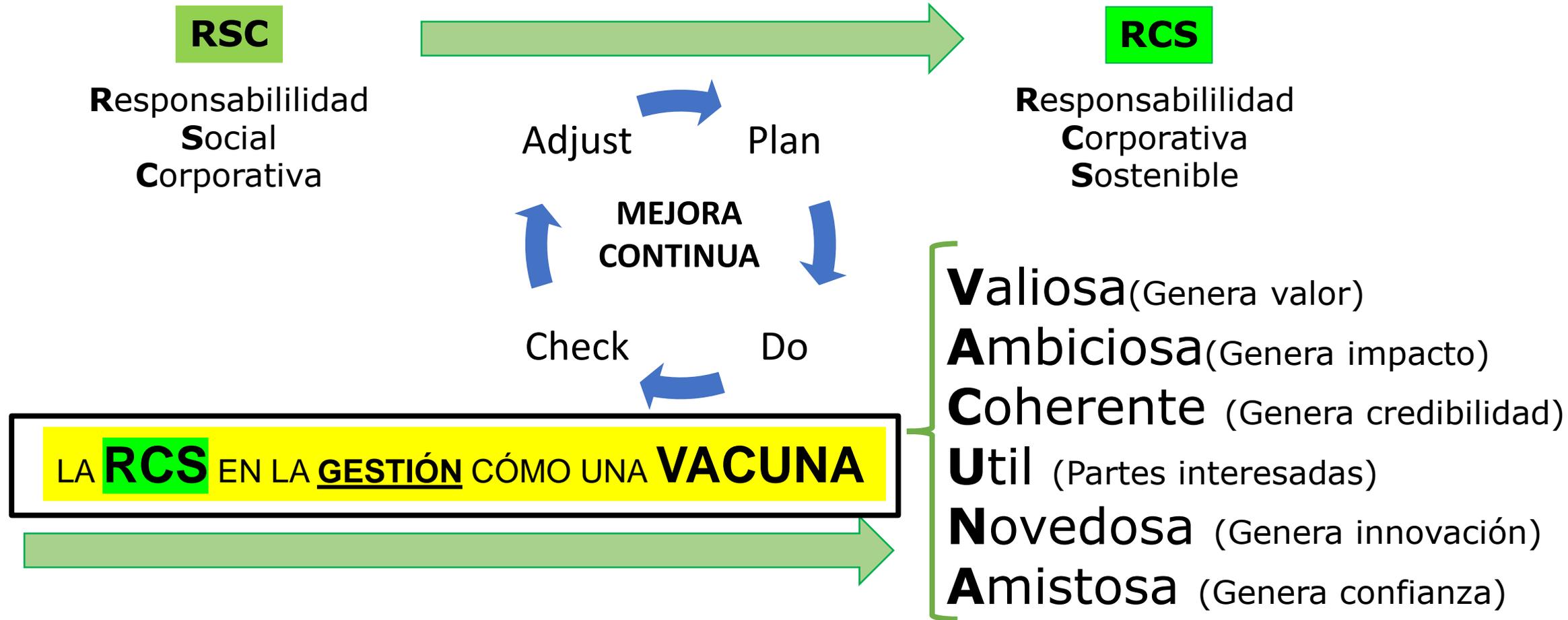
OBJETIVOS:

- A nivel interno => generar nueva **CULTURA** de empresa
 - A nivel externo => generar **REPUTACIÓN** corporativa
- Integrando la RS en:
- Las **DECISIONES**
 - **LAS ACTIVIDADES**

EDUCACIÓN Y CULTURA EN SOSTENIBILIDAD

Fuente: elaboración propia

La RCS: una nueva realidad



Fuente: elaboración propia

MUCHAS GRACIAS

