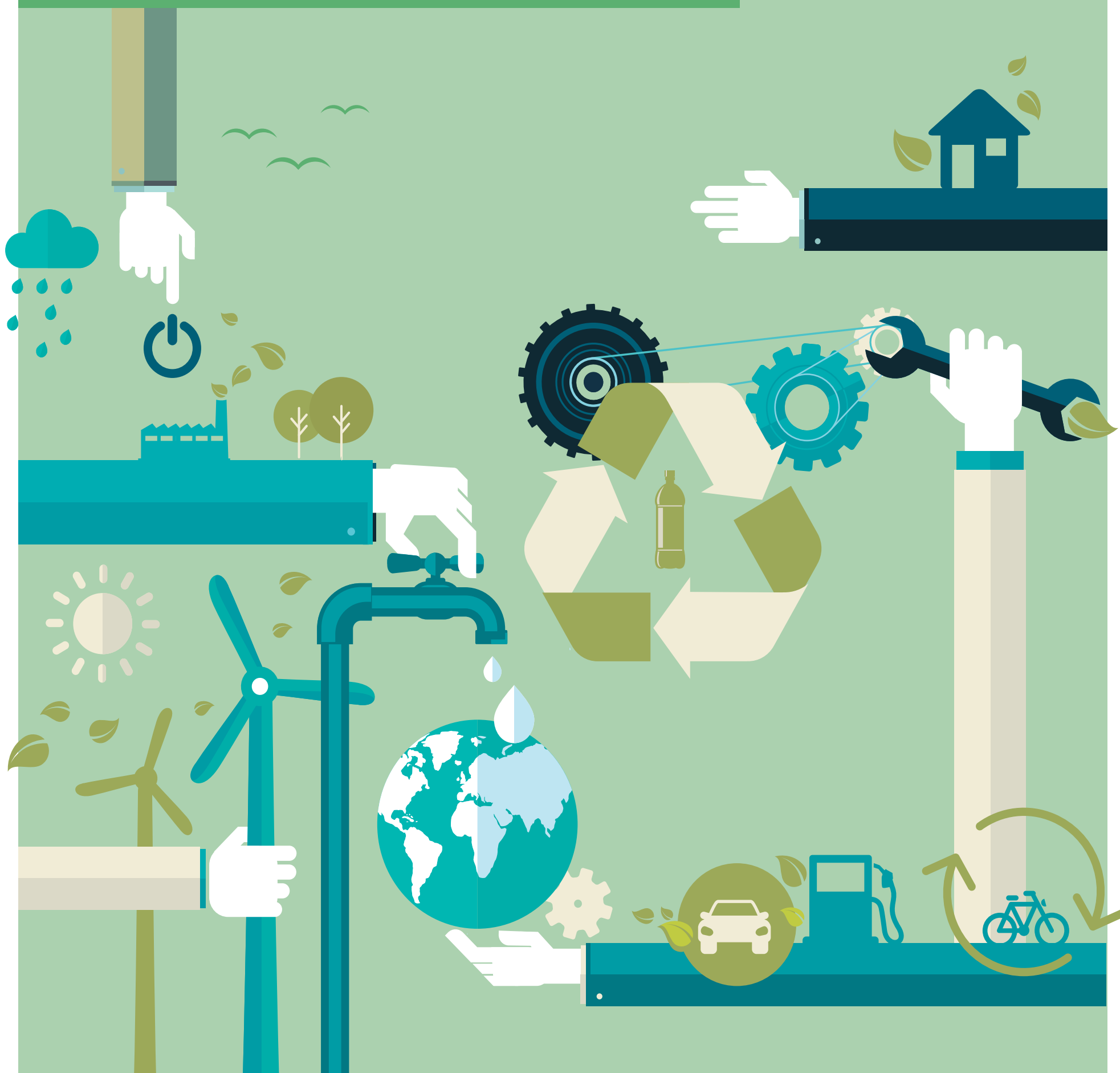


LA VANGUARDIA

RSC

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



La RSE está aquí para quedarse

Las claves de una estrategia empresarial

Los valores en la formación universitaria

Los centros inculcan la RSC transversalmente

Emprender con vocación social

Cuatro proyectos con valor añadido

Diccionario básico de la RSC

Los conceptos de la nueva empresa

RSC

Una estrategia empresarial imprescindible

La RSC está aquí para quedarse

Víctor Martí Castañer. “También para los que venden, compran, toman en alquiler y se ven comprometidos en contratos de negocios, es indispensable la justicia para llevar adelante una empresa”. Esta sentencia la escribió el filósofo romano Marco Tulio Cicerón en su libro ‘Los deberes’ (‘De officiis’), una suerte de tratado ético sobre la moral pública.

Cicerón desconocía que en ese lejano año 44 a.C. estaba sembrando la primera semilla para que, en la edad contemporánea, las organizaciones aplicaran estrategias para mejorar su acción en el ámbito social, económico y medioambiental. O lo que es lo mismo, lo que comúnmente se conoce como Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Corporativa (RSC).



BOOM RECIENTE

La conciencia social en las corporaciones surgió a mediados del siglo XX

Tuvieron que pasar casi dos milenios para que algunos empresarios desempolvaren de la biblioteca los libros de este político romano y recuperaran algunas de sus tesis para aplicarlo en el día a día de sus organizaciones.

Con la implantación del modelo capitalista durante la Revolución Industrial (siglo XIX), se perciben tímidos movimientos –filantropía social, colonias industriales, etc.– para paliar las duras condiciones de explotación a las que los trabajadores se veían sometidos. Son diminutos brotes verdes en un universo de organizaciones cuyo principal interés se fundamenta en obtener el máximo beneficio económico. Las consecuencias medio ambientales y sociales de sus actividades quedaban, pues, relegadas en el último escalafón de sus prioridades.

El término Responsabilidad Social Corporativa no se acuña como tal

La responsabilidad social, un solucionador de crisis

En verano de 1995, la filial en el Reino Unido de la petrolera holandesa Shell comunicó que la plataforma Brent Spar, situada en el Mar del Norte, no sería hundida.

Tras el anuncio, varios grupos ecologistas –concretamente Greenpeace– libraron una dura batalla contra la decisión de la empresa y, a través de una campaña de notoriedad, denunciaron el coste medioambiental del hundimiento. Las acusaciones llegaron a los oídos de los consumidores, que decidieron abastecer los depósitos de sus vehículos con el combustible de la competencia. Como consecuencia las ventas de Shell en Alemania, Suecia, Holanda y Dinamarca disminuyeron en un 30%. Finalmente, la petrolera aceptó el ofrecimiento del Gobierno noruego para desmontar la plataforma en su costa. Asimismo, adoptó un código ético y se comprometió a difundir un informe anual de los efectos de sus actividades en el medio ambiente.



hasta mediados del siglo XX, con el libro del estadounidense Howard Bowen ‘Social responsibilities of the businessman’. La ética y los valores empresariales empiezan a tratarse en el mundo académico y, poco a poco, nacen nuevos conceptos que ahondan y replican los postulados de Bowen. “Lo que cambia en los años sesenta es que se separa la buena voluntad de un empresario de lo que es la responsabilidad social que aplica la empresa”, explica Antonio Argandoña, profesor de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo en la escuela de negocios IESE.

En una primera etapa –entre el 1960 y el 1970– las grandes corporaciones de Estados Unidos y Europa aplican la teoría economicista, que defiende que la generación de beneficios es la principal responsabilidad de las empresas. Una tesis que, coincidiendo con el fenómeno de la globalización, perderá adeptos entre los gestores empresariales, cada vez más abiertos a ahondar en las tesis humanistas, la corriente más extendida en prácticamente todos los países europeos. Según Argandoña, los directivos descubren a finales de los ochenta que su actividad no solo afectaba a los accio-

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Pág 10

¿Qué papel ejerce la formación para inculcar los valores de la RSC en futuros empresarios?

Pág 12

Los emprendedores sociales, una nueva raza que busca mejorar la sociedad con negocios de éxito.

Pág 18

Diccionario y directorio básico de la RSC: para no perderse entre tantos conceptos.



EL DATO

Responsabilidad social y creación de empleos de calidad

Con la explosión de la crisis económica y el aumento del paro en España, una de las mejores herramientas para que las empresas adquieran una notable reputación entre sus grupos de interés es a través de la creación de empleos de calidad.

“Es muy importante que las corporaciones comuniquen que saben crear empleo. Si alguien es responsable de la creación de empleo en este país son las empresas”, resalta el profesor de IESE Antonio Argandoña.

Otra buena praxis en este ámbito es la generación de oportunidades laborales para discapacitados y personas en riesgo de exclusión social. “Estas decisiones no van en detrimento de la competitividad”, apunta Xavier López.

EL DATO

El futuro de la RSC

1. Filosofía: Definir la misión y los valores de la empresa para diseñar estrategias coherentes.

2. Comunicación y transparencia: Escuchar a todos los grupos de interés, manteniendo un diálogo fluido y transparente.

3. Relación con los inversores: Involucrar a los accionistas con las estrategias de responsabilidad social y hacerles entender que, además de los beneficios, existen otros elementos que dan valor añadido a la empresa.

4. Implicación de los Gobiernos: Dialogar con instituciones para fomentar la práctica de acciones responsables entre todas las organizaciones.

nistas, sino también a muchos otros grupos de interés (‘stakeholders’) de su entorno. Así, los ejecutivos de las grandes corporaciones empiezan a trazar estrategias de desarrollo sostenible en el ámbito económico, social y medioambiental. El radio de acción de estas iniciativas voluntarias se focalizan en detallar acciones éticamente responsables que contenten a trabajadores, proveedores y miembros de la comunidad. El objetivo: que la empresa sea socialmente respetada. “Unas veces se invocan a argumentos de rentabilidad económica, otras veces se proponen argumentos de legitimidad”, subraya el profesor de IESE.

En la actualidad, las empresas cada vez están más concienciadas en desarrollar una estrategia de RSC completa para minimizar manifestaciones o boicots de los consumidores; satisfacer las necesidades de los trabajadores con buenas condiciones laborales; cumplir con las demandas de clientes y proveedores, y mostrarse respetuoso con la comunidad local. Todo ello sin olvidar un gran valor del SXX: cuidar el medioambiente.

“La responsabilidad social es un itinerario, no es un destino. Un empresario no puede decir ‘ya soy responsable’. El empresario tiene que ser responsable hoy y mañana. Cada día está luchando para ser más responsable que el día anterior”, apunta Argandoña.

El caso de España

Pero una cosa es la teoría y otra muy distinta la práctica. Sin ir más lejos, en España aún hay camino por recorrer en la RSC. “Nos queda mucho, partiendo del principio de que se está haciendo mucho”, explica Argandoña. Según su tesis, muchas empresas españolas desarrollan acciones de RSC sin dimensionar su razón de ser. “Ha fallado esa responsabilidad social consistente en implementar unos planes, un listado de acciones a desarrollar”, agrega.

Por ello, desde el sector público se han implantado plataformas para impulsar fórmulas responsables de gestión empresarial. Este es el caso de la RSCat, un órgano de la Generalitat de Catalunya. Esta organización no

solo persigue que las grandes corporaciones mejoren sus estándares de responsabilidad social, sino que las PYMES e incluso los autónomos –la base de la economía catalana– diseñen estrategias de RSE.

“No es un tema que solo afecte a grandes corporaciones y empresas, sino es algo que queremos que esté presente en todo el tejido empresarial de Catalunya”, explica Xavier López, director general de Economía Social i Cooperativa y Trabajo autónomo de la Generalitat.

Asimismo, la crisis económica ha sido una piedra de toque para medir el desarrollo real de la RSC en España. Según Argandoña, durante el periodo de recesión “muchas empresas se han dado cuenta de la importancia de ser responsables”. Un argumento que también defiende Xavier López: “Las compañías que lo creen de verdad i consideran que la RSE no es un gasto sino una inversión han mantenido sus estrategias”. Y concluye: “La responsabilidad social corporativa ha llegado para quedarse”.

Las seis virtudes de la empresa responsable

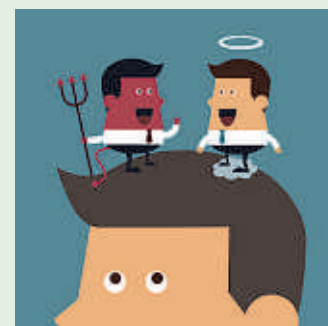


Crecimiento económico responsable y dinámico

El objetivo principal de una compañía es seguir generando riqueza. No obstante, hay muchas maneras de lograr dicha meta. Las empresas deben seguir creciendo, pero mantener y, si se puede, crear puestos de trabajo. Ello obliga a los expertos a diseñar planes de innovación para generar nuevas actividades que den seguridad laboral a los trabajadores y, asimismo, beneficien a los accionistas.



DINÁMICA



Valores y ética

Una empresa no deja de ser un ente con personalidad propia que interactúa constantemente con su entorno. Por ello, es esencial que las organizaciones desarrollen un código ético en el que se definan sus ideales y valores. Dicha herramienta es la guía para que se tomen decisiones coherentes con la filosofía de la organización.

COMPROMETIDA



Distribución equitativa de la riqueza

Implementar mecanismos que fomenten la distribución equitativa de la riqueza y evitar injusticias entre los distintos grupos que se benefician de la actividad económica de la empresa. La equidad en la repartición de los dividendos es clave para que accionistas y, sobre todo, empleados estén satisfechos con los resultados empresariales.



ECOLÓGICA



Respeto al medio ambiente

Minimizar la generación de residuos tóxicos para evitar que afecten a la comunidad, potenciar el uso de vehículos no contaminantes por parte de los trabajadores o racionalizar el gasto energético de la empresa. En definitiva: desarrollar un plan de sostenibilidad ecológico para cumplir con unos requisitos mínimos de respeto al medio ambiente.

EQUITATIVA



Condiciones laborales de calidad

Fomentar planes de carrera, mejorar el ambiente de trabajo, conciliar la vida familiar, activar planes de seguridad laboral y ofrecer beneficios que enriquezcan el bienestar personal de los trabajadores, son algunas de las políticas de Recursos Humanos para asegurar la sostenibilidad laboral de la empresa.

CONCILIADORA



Respeto a la comunidad

Solo por el mero hecho de existir, las empresas interactúan con los actores que conforman su entorno externo más directo (ciudadanos, administraciones públicas, minorías, etc.). Respetar los principios básicos de convivencia y aceptar las costumbres del lugar donde se desarrolla la actividad empresarial son dos elementos primordiales para ganarse el respeto de la comunidad.

RESPETUOSA



PARA SABER MÁS...

Voluntarios

Un 17% de la población catalana dedica su tiempo libre a acciones de voluntariado.

Financiación

El 35% de las entidades sociales catalanas cuentan con financiación de empresas.

Ventajas

El 92% de los trabajadores que participan en voluntariados mejoran su rendimiento.

Voluntario corporativo

Las empresas involucran a sus plantillas en proyectos sociales

Judith Vives. El mundo empresarial ha sido, tradicionalmente, percibido por las entidades sociales como una mera fuente de financiación. Sin embargo, en las últimas décadas esta percepción ha cambiado y las empresas han empezado a implicarse de otra forma en iniciativas sociales. Una de estas nuevas fórmulas es el “voluntariado corporativo”, consistente en la implicación social de plantillas que promueve la propia firma.

“Las empresas con voluntariado tienen una mejor imagen corporativa y se pueden diferenciar de otras marcas”, explica la captadora de fondos -‘fundraiser’- de la Federació Catalana de Voluntariat Social (FCVS), Patricia Fort, que señala que el consumidor tiene más consciencia social y quiere que las marcas que consume tengan este “plus social”. “Los trabajadores también se sienten más motivados y satisfechos. Cuando un empleado ha trabajado de voluntario, las estadísticas dicen que repetirá”, añade Fort.

En Barcelona, por ejemplo, cada día un grupo de personas recogen alimentos en hoteles y los distribuyen a comedores sociales. Se trata de trabajadores de “la Caixa” que, voluntariamente, utilizan su tiempo libre para



Las empresas con voluntariado mejoran su imagen corporativa y sus trabajadores están más motivados

colaborar en este proyecto promovido por el Rotary Club con el apoyo del Ayuntamiento.

“la Caixa” impulsa estas iniciativas a través de su fundación dedicada a la obra social. El presidente de la Federación de Asociaciones de Voluntarios de “la Caixa” (FASVOL), Lluís Romeu, defiende la utilidad de estos proyectos: “Tiene ventajas para los benefi-

ciarios del voluntariado, claro, pero también para los empleados, que se sienten más motivados e implicados con la empresa. Ambos ganan”.

Otro ejemplo de este tipo de programas es el que llevan a cabo los voluntarios de Telefónica, que acompañan a niños con autismo al campamento de verano. O los empleados del grupo NH Hoteles, que dedican parte de

su tiempo a ejercer de mentores para ayudar a jóvenes a entrar en el mundo laboral. Este también es el objetivo del Proyecto Coach, de la Fundación Èxit, que busca mejorar la empleabilidad de jóvenes en riesgo de exclusión social a través del ‘coaching’ y del ‘mentoring’. Para ello, buscan empresas multinacionales líderes y socialmente responsables que quieran involucrar a su personal para hacer de mentor -‘coach’- a estos jóvenes.

La apuesta de las empresas por la RSC hace presagiar que este tipo de iniciativas se extenderán, por lo que cada vez será más habitual ver a trabajadores participando en nombre de su empresa en iniciativas y programas sociales, ya sea con colectivos en riesgo de exclusión social, gente mayor, niños o enfermos.

Las experiencias con la empresa también pueden contribuir a que estas personas se sumen a iniciativas como el Gran Recapte del Banc dels Aliments, que moviliza a miles de voluntarios para recaudar alimentos. Para estas organizaciones, recibir esta ayuda extra “amplia el radio de influencia de la causa y oxigena los proyectos más allá de sus expertos”, apunta Eulàlia Mas, gerente de la Federació Catalana del Voluntariat Social.



EL DATO

Punto de encuentro del voluntariado

Barcelona ha acogido recientemente el Marketplace, evento bianual organizado por la Federació Catalana de Voluntariat Social (FCVS) que sirve como punto de encuentro de voluntarios, organizaciones y empresas. Integra 272 organizaciones sociales que promueven el voluntariado social en ámbitos como el penitenciario, de salud, inmigración, inserción laboral, tercera edad, discapacitados o drogodependencia. Nació en 1989 para sensibilizar y fomentar el voluntariado social.

¿Responsabilidad Corporativa? Más bien, banca responsable

Lenguaje transparente, claro y responsable; educación financiera y desarrollo de productos de alto impacto social son los ejes de la nueva estrategia de negocio responsable de BBVA

Ahora más que nunca las entidades financieras están obligadas a un gran esfuerzo de didáctica y también defensa de su función social.

Es el caso de BBVA, que pone en valor los principios de integridad, transparencia y prudencia que les han llevado a pasar los peores años de la economía sin recibir ayudas públicas, sin condenas por malas prácticas o conductas no éticas. Además, el banco ha tomado la iniciativa y ha sido la primera entidad financiera en medir sus acciones sociales pensando en las personas, calculando el impacto social en todas las personas que se benefician de sus programas, tienen hipotecas, préstamos personales o diariamente ven cumplir sus sueños gracias a BBVA.

La entidad considera superado el concepto de Responsabilidad Corporativa y prefiere hablar de Negocio Responsable, incidiendo así en una forma de hacer banca que afecta tanto a sus clientes como al resto de grupos de interés.

Y este modelo, pensado para el largo plazo, tiene hoy tres prioridades: Comunicación transparente, clara y responsable (TCR); educación financiera, y productos de alto impacto social.

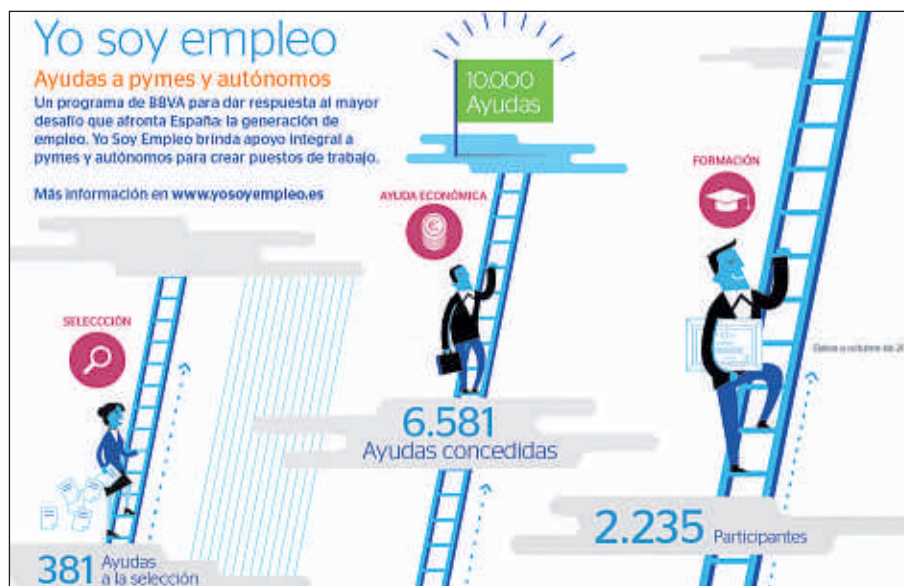
Transparencia y claridad

La transparencia, y la claridad son fundamentales para ayudar a que las personas entiendan siempre los productos que contratan. Cualquier documento o contrato debe ser claro, sin recovecos que puedan dificultar la comprensión del mismo. El cliente de un banco se encuentra, en muchas ocasiones, ante productos complejos y eso es precisamente lo que quiere evitar el BBVA. Para lograrlo, la entidad ha preparado fichas de comunicación Transparente, Clara y Responsable (TCR) para todos sus productos.

Se trata de un resumen con todas las ventajas, costes e información necesaria para evitar sorpresas, en un lenguaje llano y que pueden encontrarse en todas sus oficinas.

Educación financiera

Otro de los pilares de la banca responsable de BBVA tiene que ver con la educación financiera para que los clientes siempre tomen las decisiones estando informados y con la mejor



base posible. La educación financiera favorece la situación financiera personal, mejora la gestión del riesgo, impulsa el ahorro y fortalece el sistema financiero. “La educación financiera revierte, en definitiva, en ahorradores más consistentes y en deudores más responsables”. Así lo expresó el presidente de BBVA, Francisco González, en la presentación del informe PISA sobre competencias financieras de la OCDE que se celebró en París en julio de este mismo año y que por primera vez evalúa conceptos relacionados con las finanzas. “Una mayor educación financiera lleva a la personas y a las familias a una decisión informada, es decir a una mejor decisión”, señaló Francisco González en dicho foro.

En consecuencia, BBVA ha puesto la educación financiera como prioridad en su Plan de Negocio Responsable, con una dotación de más de 60 millones en el período 2008-2016. La entidad ya cuenta con 2,4 millones de personas, clientes y no clientes, que se han beneficiado de los programas educativos.

En España y Portugal, la iniciativa Valores de Futuro, dirigida a los más pequeños fomenta la formación en

La entidad cree que los clientes más informados son ahorradores más consistentes

valores asociados al uso del dinero. En los países emergentes con el programa Adelante con tu Futuro se persigue la bancarización responsable y la inclusión financiera de capas desfavorecidas. Y volviendo a España, el plan Mi Jubilación se centra en la importancia de la educación en materia de ahorro previsional. Y, por último, los programas formativos dirigidos a pequeñas y medianas empresas.

Por un futuro mejor para las personas

El banco ha sido la primera entidad financiera en hacer balance de su impacto global, no solo con datos económicos y cifras frías, sino también calculando el impacto sobre personas, familias, pymes, empleo, etc. Buscando en definitiva el impacto que sus acciones tienen sobre la sociedad. Algunos ejemplos en 2013: las pymes y microempresas financiadas por BBVA dan empleo a 1.364.883 per-

Negocio responsable en Catalunya

BBVA mantiene un acuerdo de colaboración con la Fundación Antiques Caires Catalanes y con las fundaciones de las antiguas cajas de Manlleu, Sabadell y Terrassa con el fin de mantener las actividades que realizaban sus obras sociales. En este contexto, BBVA apoya a Fupar, un centro especial de trabajo de Terrassa donde trabajan más de 300 personas con discapacidad. La entidad también apoya el proyecto Parejas Artísticas, de la Fundació Centre Mèdic Psicopedagògic d'Osona. Otras actividades a destacar: las recogidas de alimentos de eventos como el Torneo BBVA de Baloncesto de Sant Julià de Vilatorrada. Y dentro del Premio BBVA de Teatro, una de las distinciones que se concede anualmente va destinada a personas con discapacidad o riesgo de exclusión.

Además, en Catalunya se ha firmado un convenio con Càritas Barcelona para la cesión de pisos que se destinan a alquiler social. Los pisos son asignados a familias en riesgo de exclusión social que no pueden acceder a una vivienda digna.

sonas, BBVA ha apoyado a 348.445 pymes y a 1.117.411 microempresas y autónomos.

Además, consciente del drama que supone el paro en nuestro país, BBVA ha puesto en marcha programas como Yo Soy Empleo con el objetivo de crear 10.000 nuevos puestos de trabajo ofreciendo apoyo económico a empresarios, con formación en escuelas de negocio y con un servicio de intermediación laboral. Hasta la fecha, se han creado más de 6.500 empleos. Asimismo, el banco cuenta desde hace dos años con una Política Social de Vivienda que garantiza que todo cliente en riesgo de exclusión tenga acceso a una vivienda o medios para tenerla. Y si hablamos de impuestos, la contribución fiscal de BBVA superó los 9.800 millones de euros 2013, 3.000 de ellos solo en España. La aportación en programas sociales fue de 97,1 millones de euros, favoreciendo a 1,5 millones de personas a través de planes de integración y de educación. Además, la entidad fomenta el emprendimiento social gracias a iniciativas como Momentum Project o la plataforma *crowdfunding* BBVA Suma, que canaliza la financiación colectiva para causas solidarias.

Programa Medialia

Los mediadores de DKV se implican con “impulsos” responsables



Han pasado ya 15 años desde que DKV dio los primeros pasos en el campo de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) con la creación de la Fundación DKV Integralia.

Su estrategia busca la cercanía con los clientes, el compromiso con los empleados y la colaboración con los mediadores. En esta línea, persigue la excelencia de los profesionales sanitarios, la mejora de la calidad de los proveedores de seguros generales y una mayor eficiencia en general. Asimismo, apuesta por preservar un planeta más verde que contribuya a mejorar la salud de la sociedad, a la vez que integran a personas con discapacidad.

Desde que iniciara su aventura con la RSE, DKV ha concretado un sinfín de proyectos en base a estas premisas y en favor de diferentes grupos de interés. Entre ellos, destaca el programa Medialia, que fomenta la responsabilidad en la mediación.

Medialia es especialmente innovador porque DKV Seguros actúa sobre el canal de la mediación, un colectivo formado por pymes y profesionales independientes que raramente cuentan con los recursos necesarios para llevar a cabo acciones de RSE.

A través de Medialia, DKV Seguros ofrece medios y herramientas para que mediadores y asesores, así como sus empleados, puedan participar en acciones sociales muy sencillas. Estas se articulan a través de la web y del correo electrónico, donde también ofrecen apoyo técnico.

La sencillez de la operativa y del funcionamiento es una de las claves del éxito, ya que fomenta la participación entre los mediadores.

Los participantes comparten sus experiencias en las redes sociales

Las acciones de los mediadores se miden en puntos llamados “impulsos sociales”, lo que facilita la cuantificación de los resultados. Estas acciones son de diversa índole y abarcan varios ámbitos de la responsabilidad empresarial. Algunos ejemplos de ellos son la suscripción a boletines de salud y RSC, la integración de personas con discapacidad, la innovación en productos y servicios para colectivos especiales, la educación para la salud, la inscripción en el Portal del Voluntariado, el fomento de la ecoeficiencia y propuestas de acción social.

Recientemente también se ha puesto en marcha un grupo de Facebook de Medialia para que los mediadores puedan compartir sus mejores prácticas. En él se les incentiva a compartir experiencias de Ecoeficiencia y lenguaje claro con sus clientes.

Los impulsos generados por los mediadores se transforman en parte en donaciones económicas que se destinan a ONG o entidades no lucrativas. Los mediadores más activos son quienes deciden, con un límite de 10.000 euros, a qué proyecto social, medioambiental o enfocado a la salud va a apoyar la compañía con estos fondos.

Esto da a los mediadores la capacidad de multiplicar su contribución en proyectos sociales más allá de las pequeñas acciones que puedan llevar a cabo a título personal, a la vez que se involucran en la estrategia de RSC de la empresa.

PARA SABER MÁS...

Información en la red

bcnvoluntariat2014.cat ofrece información sobre novedades, actividades y bolsas de voluntariado.

Barcelona voluntaria

Su trayectoria la ha convertido en la capital europea del voluntariado 2014

Laia Vila. Barcelona apura sus últimos meses como la primera ciudad Europea del Voluntariado. La capital catalana aprovecha este tramo final para realizar actividades que fomenten el voluntariado e iniciativas altruistas que muestren el tejido asociativo y solidario de la capital catalana.

MITIGAR LA CRISIS Más de 600 entidades ayudan a los más desfavorecidos

Algunas entidades como la Taula del Tercer Sector se han implicado a fondo para aprovechar la capitalidad de Barcelona para impulsar el voluntariado, dentro y fuera de la capital catalana. Así, en lo que queda de año, Barcelona acogerá una decena de actividades relacionadas con este ámbito que tratan diversos aspectos de la vida diaria, des de la economía hasta la política local, la juventud o la lucha contra el cáncer, una agenda que también está abierta a propuestas de los ciudadanos.

El relevo en 2015

Barcelona ha sido la primera ciudad en convertirse en la Capital Europea del Voluntariado, después que en 2013, el Centro Europeo del Voluntariado organizara por primera vez esta iniciativa, coincidiendo con el Año Europeo de los Ciudadanos.

Este mismo organismo será el encargado de seleccionar la ciudad que tomará el relevo de Barcelona en 2015. La suiza Basilea, la capital portuguesa Lisboa y la italiana Nápoles son, a día de hoy, las candidatas a hacerse con este reconocimiento. La ciudad ganadora se anunciará el 5 de diciembre durante el Día del Voluntariado.

Próximos retos

Barcelona quiere extender su faceta solidaria al resto de Catalunya, donde sólo el 17 % de la población participa en acciones de este tipo, según la última encuesta de Condiciones de Vida de la Unión Europea. Esta cifra dista de los índices que registran algunos países europeos como Dinamarca, donde casi la mitad de sus habitantes ejerce el voluntariado, o Holanda, donde un 42% de la población participa como voluntario en actividades.



Barcelona 92

Los JJ. OO. son uno de los máximos exponentes del voluntariado en la capital catalana.

PARA SABER MÁS...

Economía Social

Las empresas del sector experimentan un 4,25% de crecimiento empresarial.

Peso económico

Las empresas sociales representan el 12% del PIB con una facturación de 150.978 millones de euros.

Creadoras de empleo

Actualmente existen en España 44.500 empresas sociales que dan trabajo a 2.215.000 personas.



1. L'Olivera



2. Job Accommodation

Con chupete social

Los colectivos en riesgo de exclusión y el medio ambiente son las motivaciones principales de las empresas sociales

Laura Aragó. Buscan provocar cambios en la sociedad a través de sus proyectos, que se sirven de las estrategias empresariales de organización y gestión. Los emprendedores sociales abordan desde un primer momento retos sociales, ambientales y económicos mediante soluciones innovadoras e inclusivas. Son iniciativas que van más allá de una idea de negocio y proponen un modelo alternativo de producción, comercialización y servicio.

L'Olivera

Cooperativa de elaboración de vinos y aceites creada en 1974 en Vallbona de les Monges (Lleida), L'Olivera es hoy todo un referente de la agricultura social en Catalunya, ya que favorece la inserción laboral de personas con diversidad funcional y riesgo de exclusión social.

La bodega comercializa una gama de 14 vinos diferentes y 4 tipos de aceite, todos ellos elaborados según un modelo, ecológico, comprometido con la tierra y que funciona gracias a la colaboración con los agricultores de la zona.

En 2013, la cooperativa vendimió 230.000 kilos de uvas y 31.000 kilos de aceitunas, con las que se elaboraron unas 200.000 botellas de vino y 6.000 de aceite. Desde sus inicios, el

L'Olivera
Vallbona de les Monges
Bodega
25 trabajadores
Año de creación 1974
www.olivera.org

A Puntadas
Elche
Textil
12 trabajadores
Año de creación 2011
www.apuntadas.es



Job Accommodation
Pamplona
Codiseño y comunicación
14 trabajadores
Año de creación 2009
www.jobaccommodation.com

Som Energia
Girona
Energía renovable
12 trabajadores
Año de creación 2010
www.somenergia.coop

eje social se encuentra en el núcleo del proyecto. Junto con las actividades productivas y de integración laboral, también realizan actividades sociales para personas con discapacidad psíquica y colectivos desfavorecidos.

Job Accommodation

Job Accommodation se dedica a adaptar todo tipo de contenidos para que las personas con discapacidad puedan acceder a ellos, sin que ello implique la creación de un material específico. Es decir, rebajan la complejidad del contenido genérico para hacerlo más accesible a todo tipo de público. La empresa ya nació en 2009 con marcado acento social, gracias a Patxi Fabo e Ion Esandi, ambos ingenieros de telecomunicaciones formados en gestión de empresas. Actualmente cuenta con 14 trabajadores, uno de ellos con discapacidad visual e intelectual que colabora en la validación de los diseños.

Tras 4 años de experiencia en proyectos de codiseño y comunicación para clientes como Cinfa, Grupo Amma, Danone o Florette, la compañía se ha consolidado como un referente en aplicar herramientas de cognición humana para lograr diseños más efectivos y satisfactorios para los usuarios, tanto de productos, como de herramientas de comunicación. Sus proyectos se aplican al mercado ge-

EMPRENDIMIENTO SOCIAL

¿Cuáles son sus características?

Son aquellas iniciativas que se diferencian por su valor social. Son proyectos que pretenden aportar soluciones innovadoras a los retos sociales y ambientales de hoy en día, y que proponen una manera diferente de consumir, trabajar y organizarse: negocios que nacen con una función social concreta.

Premio Nobel de la Paz

El activista indio Kailash Satyarthi ganó el Premio Nobel de la Paz 2014 por su labor como emprendedor social.



Ayudas y premios

la Caixa, ESADE, AXA, BBVA entre las entidades que facilitan incentivos y reconocimientos para iniciativas sociales.

Formación

La UNED, la UAM y la UB entre las universidades que ofrecen cursos de emprendimiento social.



3. A Puntadas



4. Som Energia

neral, aunque siempre incluyen en sus estudios a usuarios con discapacidad y a personas mayores para garantizar la máxima inclusión e impacto social. Su máxima: "Diseñemos lo que diseñemos, deber ser fácil de entender y fácil de usar".

Esta tecnología "fácil de utilizar" -'Friendly to use'- es aquella que integra una metodología sencilla en los productos para que sean más usables, tanto a nivel físico como cognitivo.

A Puntadas

Nació en 2011 y es la primera empresa de Inserción Laboral (EIL) de la Comunidad Valenciana en el sector textil. Su impulsora es la asociación sin ánimo de lucro Programa de Reinserción de Mujeres (PRM), que gestiona talleres de formación en confección textil dirigidos a mujeres en riesgo de exclusión. Después de varios años de trabajo, consideró oportuno crear un marco profesional que pudiera incluir más colectivos en riesgo de exclusión social. La propuesta se concretó en la puesta en marcha de Puntadas, una sociedad limitada ubicada en el Parque Empresarial de Elche.

A Puntadas enfoca el grueso de su actividad a la confección textil, y para ello cuenta con un equipo profesional que gestiona la marca comercial "Malas Meninas". De la producción se encarga un grupo de mujeres formadas en confección textil y procedentes de grupos en riesgo de exclusión social que han sido apoyadas por el PRM.

Han trabajado para marcas tan reconocidas como Inditext, Maxmara y Panama Jack. Asimismo, mantienen acuerdos estratégicos con otras instituciones como la Fundación COPADE y el IED-Instituto Europeo de Diseño.

Su compromiso con la RSC va más allá de la acción con colectivos en riesgo de exclusión. En este sentido,

¿Cooperativa o SL?



La cooperativa es la forma jurídica ideal si se dispone de recursos limitados y se requiere el apoyo de otros socios para lanzarse al mercado. La gran diferencia frente a otras fórmulas jurídicas es que los trabajadores son a su vez socios de la empresa y forman parte de la asamblea general, el máximo órgano decisorio. De esta manera es fácil que el grado de compromiso con el proyecto empresarial sea mucho mayor.

En la Sociedad Limitada, por su parte, el capital está dividido en participaciones iguales y en que la responsabilidad de los socios se encuentra limitada al capital aportado. Una de las diferencias básicas con la cooperativa es que puede ser constituida por un único socio y los trabajadores no forman parte del órgano decisorio de la empresa. Es la Junta de Socios, formada por las personas que poseen participaciones, las encargadas de tomar acuerdos y elegir los administradores de la empresa.

Defienden los expertos que las cooperativas resisten mejor la crisis al responder con flexibilidad salarial a la recesión. Su reto, ser competitivas en un mercado global.

cuenta con la certificación GOTS (Global Organic Textile Standard), uno de los reconocimientos que asegura de forma estricta que todo el proceso de producción, desde el hilado hasta la fabricación, está hecho con fibras 100% orgánicas. Este certificado muestra la aouesta de la empresa por la preservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

Som Energia

Es una cooperativa de consumo de energía verde sin ánimo de lucro que desde 2010 se dedica a la comercialización y producción de energía de origen 100% renovable.

La empresa tiene como objetivo ofrecer una alternativa energética al modelo actual, basado en combustibles fósiles, que genera altos niveles de dióxido de carbono y gases con efecto invernadero. Para alcanzar esta meta, Som Energia produce energía eléctrica en sus instalaciones a partir de fuentes ecológicas, como el sol, viento, biogás, biomasa, etc.

Estas plantas de generación están financiadas a través de aportaciones económicas voluntarias de los socios de Som Energia. Sin embargo, la compañía no actúa sobre la red de transporte y distribución, que es propiedad de las compañías distribuidoras, que disponen de sus propios sistemas.

La sede de la cooperativa está ubicada en Girona y cuenta con un equipo técnico de 12 personas que se encargan de la gestión, comercialización y atención a los más de 15.000 socios que la eléctrica tiene repartidos en todo el Estado. En los últimos ejercicios económicos, Som Energia ha conseguido resultados positivos y las previsiones apuntan a que la tendencia seguirá los próximos años. Som Energia prevé cerrar el 2015 con una facturación de 9 millones de euros y más de 22.000 clientes.

**PARA SABER
MÁS...**

Observatorio

Plataforma de cooperación e investigación RSC.
www.observatoriorsc.es

En los medios

Fundación que difunde la RSC en los medios.
www.corresponsables.com

Consultoría

Consultoría para trabajos y empresas sociales.
www.tandemsocial.com

Formar en valores

La universidad y las escuelas de negocios inculcan la responsabilidad social de forma transversal



Paloma Arenós. Hace más de una década que las universidades y las escuelas de negocios españolas se percataron de la importancia de transmitir los valores de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) dentro de las aulas. Así, se enseña a los alumnos a incorporar en la estrategia empresarial los valores sociales y medioambientales que se les han enseñado en la escuela y el instituto.

Un ejemplo es la escuela de negocios IESE, que este curso ha estrenado una asignatura optativa sobre innovación y emprendimiento social, coincidiendo con su 50 aniversario. El secretario general del IESE, Fernando Peñalva, explica que los 72 estudiantes que cursan esta asignatura “trabajan directamente con un emprendedor social en uno de sus proyectos, mano a mano”. Concretamente, diez equipos del MBA colaboran entre cinco y siete semanas en sendos proyectos sociales con cinco emprendedores diferentes. A lo largo de este tiempo, aprenderán a distinguir organizaciones híbridas y empresas sociales,

Los centros trabajan la responsabilidad social de forma transversal, en toda la cadena de valor

a desarrollar modelos estratégicos que combinen valor financiero y valor social, y conocerán también las perspectivas geopolíticas de la innovación social.

“La ética y la RSC las trabajamos de manera transversal, tanto en el profesorado como en el resto de personal, y forma parte de nuestra misión”, subraya Peñalva. El profesor de Contabilidad y Control subraya que los programas del centro se estructuran en torno a cinco pilares de desarrollo del liderazgo: “la perspectiva de la dirección general, los valores éticos y humanos, la dimensión internacional, el impacto transformacional y el desarrollo de conocimiento”. Un proyecto concreto es The Africa Initiative, naci-

Vidal: “La RSC es una forma de hacer las cosas. No se centra en el qué sino en el cómo”

do en 2009, con el que IESE coordina e impulsa las relaciones académicas entre varias universidades, contribuye a la formación de profesores africanos, apoya la creación y lanzamiento de otras escuelas de dirección asociadas, y coopera con entidades interesadas en el continente africano.

Otra escuela de negocios referente en el campo de la RSC es Esade. Su secretario general, Enrique López Viguria, apunta que la responsabilidad social corporativa del centro es “holística” y consiste en cumplir con su razón de ser, en realizar su misión institucional. “Es algo que concierne a todas las personas que formamos parte de su comunidad académica. Se trata de una dimensión que no

aparece ahora como una novedad, sino que forma parte del ADN institucional”, añade. En 2009, Esade revisó su política interna de RSC y la redirigió con tres principios “inspiradores”: sensibilidad medioambiental y “sana austeridad”; corresponsabilidad y compromiso social, y transparencia y rendición de cuentas.

La escuela también vincula su política de RSC con la de proveedores: “La responsabilidad social se pone en práctica en toda la cadena de valor: desde nuestro compromiso en las admisiones a carreras profesionales, pasando por la política de becas, la comunicación y, obviamente, en la gestión diaria de los impactos sociales y medioambientales”, concluye López Viguria.

La Universidad de Barcelona (UB) no queda atrás en este ámbito. En 2002 inició un máster en RSC, Contabilidad y Auditoría Social, un programa pionero a nivel internacional, que se cursa durante 15 meses con clases presenciales en España y Estados

IESE

Blog 'Economía, ética y RSC' del catedrático de IESE Antonio Argandoña
<http://blog.iese.edu/antonioargandona>

**ESADE**

Recopilatorio de publicaciones de Esade sobre RSC.
<http://www.esadeknowledge.com/>

Fundación

Detalles acerca de la Fundación Corresponsables.
www.fundacioncorresponsables.org

CLAVES

La univesidad persigue distintos objetivos en RSC:

1. Transversal

Hacer de la formación en valores una clave transversal en el proceso formativo de alumnos y en la preparación del profesorado.

2. Integrada

Sensibilizar a los integrantes de la comunidad sobre la importancia de una conducta responsable y comprometida con la sociedad y el medio ambiente.

3. Participativa

Promover la participación de toda la comunidad universitaria en diferentes actividades de carácter social y ambiental.

4. Responsable

Fomentar el uso responsable de los recursos y el compromiso social en cada una de las facultades y departamentos.

**EL DATO**

Un máster especializado en responsabilidad social

Existen ya numerosos programas especializados en Responsabilidad Social Corporativa como el que imparte la Universidad de Barcelona. El máster se dirige a graduados universitarios con experiencia laboral, que ejercen o quieren ejercer su profesión en los ámbitos de la RSE, desarrollo sostenible, medioambiente, recursos humanos, calidad, reputación corporativa, relaciones institucionales, comunicación, contabilidad y auditoría social, entre otras áreas de dirección. El planteamiento es sistémico: la empresa y cualquier otra institución deben ser conscientes que las consecuencias de su actividad económica condicionan las relaciones con sus grupos de interés. Partiendo de este enfoque, el programa aborda diferentes aspectos tanto desde dentro como hacia afuera.

Unidos. La UB, en colaboración con la Fundación Centro de Investigación en Economía y Sociedad (CIES) y la Georgia State University, proporciona el armazón teórico y las técnicas "muy prácticas" para la toma de decisiones centradas en la sostenibilidad de una organización.

A lo largo de este tiempo ha formado a numerosos profesionales y cargos directivos. La decimosegunda edición terminará en diciembre y, por ahora, será la última de este ciclo, ya que la Escuela de Postgrado de la UB "ha decidido revisar el máster" y enfocar una nueva etapa, señala su coordinadora, Isabel Vidal.

Para esta doctora en economía y licenciada en filosofía, la RSE "no es tanto una definición como la manera en que se hacen las cosas. No se centra en el qué, sino en el cómo. Y teniendo en cuenta las expectativas de los diferentes grupos de interés que forman parte o que participan directa o indirectamente en la organización". Vidal cree que "la empresa debe ser

La experiencia de la empresa al servicio de la formación

Expertos de todo el mundo debatieron el pasado mes de mayo en Barcelona sobre la presencia de la RSC en las universidades como asignatura en el plan de estudios, más allá de la filosofía intrínseca del centro, en el marco del encuentro que organizó la Fundación Corresponsables.

El director de Comunicación Corporativa y RSC de Grupo Zurich, Daniel Llíró, explica que la entidad es patrona de centros como IESE o ESADE, lo que permite "aprovechar conocimientos y generar un bagaje formativo". Asimismo, la compañía tiene "una cátedra de seguros en la UB, relacionada con la gestión de riesgos y la inversión responsable que es pionera en España".

Meritxell Santiago, directora de Empresas Asociadas a la UOC, apunta que el objetivo es tejer un "binomio" con las empresas para que, mediante sus experiencias y prácticas se puedan elaborar estudios y documentación que puedan servir para la formación de los estudiantes.

Los ejecutivos que dirigen ámbitos de responsabilidad social deben estar formados

responsable si quiere ser excelente y sostenible". La coordinadora del máster de la Universidad de Barcelona considera clave la formación en Responsabilidad Social Corporativa: "Me parece frívolo que la gente tenga un cargo en este ámbito y dirija equipos sin contar con la formación adecuada", critica Vidal, que recalca que, para diferenciarse y destacar, las empresas necesitan profesionales formados y alejados de las redes de consultores para evitar intromisiones en sus trabajos.

"La responsabilidad social es la gestión de aquello que debes mejorar y puede impactar en tu actividad principal, así como en tu valor como organización de mercado", resuelve.

PARA SABER MÁS...

Libro verde

Fomentar un marco europeo para la RSC.
mas-business.com/documentos/

Estado actual

Informe de la CE sobre la RSC en España.
ec.europa.eu/spain/

Bibliografía

RSC: Teoría y práctica
FERNANDO NAVARRO GARCIA ,
ESIC EDITORIAL, 2008.

Primero, transparencia

Crece la explotación de los valores sociales



EL DATO

RSE, preparados para fomentar la innovación

Competitividad con políticas de innovación social y ambiental, fomento de las políticas de RRHH con la mejora de formación, voluntariado y conciliación son algunas de las tendencias que se están estudiando, según el experto en la implementación de planes de Responsabilidad Corporativa en RRHH y Coordinador Regional en Fundación Adecco, Francisco Javier Pérez. “El marketing de Recursos Humanos cobrará cada vez más importancia para explicar qué estamos haciendo en formación, accesibilidad, promoción del empleo juvenil, etc.”, asegura Pérez. Asimismo, las políticas medioambientales sostenibles también están muy presentes en el desarrollo e innovación de la RSE, puesto que cada vez más empresas están poniendo en funcionamiento programas de movilidad sostenible, consumo responsable o de eficiencia energética.

Laura Lanau. En el actual contexto económico español, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se ha convertido en un elemento esencial para las organizaciones del país. Tras la reciente crisis financiera, ofrecer transparencia como valor ha pasado a ser una necesidad y se configura como un instrumento valioso que puede contribuir a reforzar la confianza en las empresas.

¿Legislar o *laissez-faire*? La necesidad o no de regular la RSC sigue, a día de hoy, en el centro del debate. Aunque actualmente no existe una legislación estricta que acote la RSC, el Gobierno español y la UE establecen directrices en determinados sectores, como el medioambiental. Existen unas líneas básicas a nivel comunitario, pero cada país acaba centrándose en aquellos aspectos que considera más importantes para su territorio.

“España es un buen ejemplo de que no es necesario legislar este tipo de acciones sociales, puesto que las empresas han tomado conciencia de su importancia por sí mismas”, explica Juan Alfaro, director del Club de Excelencia en Sostenibilidad. De hecho, hace tan sólo unos meses, el Consejo Estatal de

EL MARCO LEGAL

No existen leyes pero sí directrices en ámbitos como el medio ambiente

la RSC (CERSE) dio luz verde a la Estrategia Española de RSC con el objetivo de ofrecer un marco que sirva de referencia a las compañías del país que deseen implantar este tipo de acciones. Esta propuesta responde a las recomendaciones de la Estrategia Renovada de la Unión Europea, que insta a los países miembros a impulsar políticas nacionales para el desarrollo de

EN ESPAÑA

Las empresas son conscientes de la importancia de la RSE por sí mismas

prácticas responsables. El objetivo es lograr una economía más productiva, sostenible e integradora. Desde el 2010, el Comité Internacional de Información Integrada (IIRC, por sus siglas en inglés) trabaja en la elaboración de un informe que integre la estrategia, la gestión y los resultados de la organización, teniendo en cuenta su contexto social, comercial y medioambiental.

Catalunya, ejes de actuación

Con la Ley 2/2011, del 4 de marzo, de Economía Sostenible en España, la ausencia de un desarrollo posterior en la materia ha impulsado a las comunidades autónomas a llevar a cabo diversas iniciativas. En Catalunya se establecen diferentes ejes de actuación hasta 2026: biodiversidad del territorio, eficiencia energética; movilidad inteligente; ecoeficiencia, competitividad e innovación; consumo responsable; civismo, solidaridad, sanidad y seguridad para la construcción de una sociedad equitativa, segura y fundamentada en la educación.

Actualmente, seis empresas españolas participan en el proyecto piloto de IIRC: BBVA, Indra, Enagás, Inditex, Telefónica y Repsol. De hecho, las grandes compañías internacionalizadas son las que más trabajan este tipo de estrategias. Por ello, el director del Instituto de Innovación Social de Esade, Ignasi Carerras, recuerda que las empresas de nuestro país aún tienen deberes pendientes en materia de responsabilidad social: “En general, las compañías españolas se encuentran un paso atrás respecto a las políticas activas medioambientales contra el cambio climático del resto de Europa, las acciones de transparencia y anticorrupción son mejorables y la innovación empresarial sostenible es un punto importante que vale la pena explotar”.

COMPROMISO SOSTENIBLE

El conocimiento y la innovación son los elementos clave para afrontar de forma viable y sostenible la gestión de un recurso tan esencial como el agua. Agbar tiene claro que el talento de sus trabajadores es la fuente más valiosa para lograrlo.

Empleados, sinónimo de talento



la innovación y las personas permite reforzar el liderazgo del Grupo en los mercados, mejorar la eficiencia de los procesos, optimizar los recursos y generar más conocimiento.

En Agbar, las redes de conocimiento se estructuran en Dominios de conocimiento y Comunidades de prácticas. Los Dominios de conocimiento los integran más de 1.500 profesionales de múltiples disciplinas y ámbitos de la empresa con conocimientos en un área estratégica del negocio. Esta red de expertos se complementa con siete Comunidades de práctica, personas que comparten ideas e intereses sobre un tema transversal y profundizan en él.

Las redes de conocimiento trabajan con un objetivo común: El desarrollo sostenible. Las iniciativas de gestión del conocimiento giran en torno a los tres ejes del desarrollo sostenible: El económico, en el que se valora la visibilidad de la puesta en el mercado de las iniciativas. El ambiental, donde se evalúa el impacto sobre el entorno, tanto en la fase de diseño como de desarrollo del proyecto. Y el social, en el que se estudia el impacto de los proyectos sobre la calidad de vida de las personas.

Los empleados del sector del agua y el medioambiente requieren especialización y el conocimiento del *know-how* de un Grupo como Agbar. La empresa fomenta el desarrollo profesional y la adquisición de nuevos conocimientos, así como su acreditación, factores clave para el progreso de los profesionales del sector y para un mejor servicio a la sociedad. Por ello, Agbar ofrece a través de su Escuela del Agua procesos de capacitación y acreditación de los profesionales para poder gestionar de forma excelente servicios de agua y medioambiente. Una vez al año, las personas conectadas en la red se encuentran presencialmente en el Knowledge Day, momento en que se hace tangible el talento de la compañía y se pone en valor el conocimiento.



El principal reto de Agbar es facilitar el acceso al agua para miles de personas en todo el mundo, y hacerlo con un servicio de alta calidad. La compañía hace años que tiene clara cuál es la vía para alcanzar este objetivo: el talento de sus trabajadores. En este sentido, la compañía ha impulsado la gestión del conocimiento como palanca que conecta a los trabajadores del Grupo en todo el mundo, para encontrar soluciones globales a problemas locales acordes con el compromiso de promover el desarrollo sostenible a largo plazo.

Estar conectados permite sumar talento, aglutinar conocimiento y ponerlo a disposición de los trabajadores, “motor esencial” de la compañía. Las personas son la clave, quienes tienen el conocimiento que fluye, se transfiere y se crea en función de sus relaciones. Para que esto suceda, se deben crear espacios de diálogo tanto dentro de las empresas como fuera de ellas, que promuevan este intercambio.

Las redes de conocimiento son el gran valor, punto de encuentro de

personas y grupos que comparten conocimiento, normalmente disperso, con el fin de que sus experiencias e ideas sumen y generen “inteligencia compartida”, a la que de forma individual difícilmente podrían llegar.

En muchos aspectos, Agbar es pionero en el sector del agua en los ámbitos de la gestión del conocimiento, la formación, la promoción del talento y la gestión de la innovación, ofreciendo formación técnica especializada sobre el sector agua y el medioambiente. A su vez, la apuesta continua por

**PARA SABER
MÁS...**

Red OniOn

Ofrece recursos sobre cómo relacionarse entre empresas.
xarxaonion.org

Valors

Asociación cultural que promueve los valores.
valors.org

UAB

En la UAB existe un posgrado en economía cooperativa.
igop.uab.es

Cooperar compitiendo

Las empresas deben relacionarse para sobrevivir

Ideas

El economista Gay de Liébana interviniendo en una jornada de la red ONiON de Sabadell celebrada en el Vapor Llonch de la cocapital del Vallès Occidental.



CLAVES

Consejos sobre una buena cooperación, por D. Martínez.

1. Generar buen clima

Tan obvio como relevante: si no hay un buen clima de trabajo entre los diferentes actores de la cooperación, que se conocen más bien poco, es imposible avanzar.

2. El trabajo en equipo

Es una necesidad en cualquier empresa y una obligación cuando varias compañías emprenden un trayecto en común.

3. Tiempo para pensar

Cada asociación interempresarial es una experiencia distinta que ninguno de los integrantes sabe como va a terminar. Hay que pensarla bien.

4. Ser "humbicijos"

Hay que ser humildes pero también ambiciosos. Si cooperar y competir no es una contradicción, tampoco tiene que serlo trabajar una "ambición humilde".

Joan Salicrú. Sociedades mercantiles, asociaciones, cooperativas, Uniones Temporales de Empresas, consorcios... distintas fórmulas pero un único objetivo: unir esfuerzos, recursos y talentos para conseguir ventajas competitivas que, en solitario y en un mundo globalizado, serían más difíciles de obtener. Todo ello bajo un valor, la cooperación, que toma partido en toda clase de negocios.

Un ejemplo claro de esto es Reproin, empresa de productos mecanizados que en 2002 inició su expansión en América Latina asociada a otras marcas y que hoy forma parte del grupo Sogintec, sociedad limitada de cuatro empresas y representativa de 25 más. Joaquim Julvé, el administrador, reconoce que el salto atlántico "no habría sido posible sin una estrategia de cooperación", ya que un paso así precisa de "inversión y mucho trabajo previo de conocimiento de la idiosincrasia de cada país".

Las pequeñas empresas locales tampoco quedan hoy al margen de las experiencias de cooperación. "De hecho, a nivel local es más fácil compartir conocimientos y oportunidades", explica Tona Codina, presidenta de ONiON, Red de Cooperación Empresarial de Sabadell. "La coopera-

La dificultad de cooperar

Lógico. Las alianzas no siempre triunfan y, por lo tanto, la maleta de la cooperación empresarial hay que cargarla con varios valores para que concluya con éxito. Es necesario que todas las partes tengan claros los objetivos, como se reparten las responsabilidades y las contribuciones que harán. También hay que escoger el socio adecuado, con el cual tiene que haber "respeto, amistad y confianza", apunta Julvé. Tona Codina añade la necesidad de ser "flexible, abierto y generoso al compartir información".

ABRIR MERCADO

Julvé: "Nuestra expansión no habría sido posible sin la cooperación"

ción nos ayuda a darse a conocer en nuestro ámbito y a no perder grandes clientes en Barcelona", añade.

Ahora bien: a diferencia de hace unos años, el valor de la cooperación exige un paso más, puesto que las colaboraciones empresariales realmente interesantes son la que llevan a ganar en diferencia, en innovación. En este

CONTRADICCIONES

Martínez: "Una cooperación mal practicada provoca falta de creatividad"

sentido, expertos como Julio Pitlik, socio fundador de Know-How, director de la Cátedra de Formación Cooperativa de la Universidad de Tel-Aviv y asesor de empresas, apunta que los mejores beneficios se dan entre empresas de sectores alejados.

Cooperar, pues, es hoy sinónimo de mejora de competitividad, accelera-

ción, diferenciación, internacionalización, reducción de costes..., pero sobre todo oportunidades de supervivencia. De todos modos, el hecho de valorar la cooperación no tendría que llevarnos a su absolutización: "La competición es positiva porque desarrolla el trabajo en equipo o el esfuerzo, mientras que una cooperación mal practicada puede fomentar falta de creatividad y la delegación excesiva de responsabilidades", afirma David Martínez, economista y director de la asesoría de empresas Advante. Sin embargo, también comenta que "en una situación económica como la actual, difícilmente se puede competir sin haber cooperado previamente". En esta aparente contradicción puede residir el secreto del éxito.

CaixaBank: creación de empleo y apoyo a emprendedores

La entidad multiplica los esfuerzos para aumentar la productividad empresarial, la creación de nuevos empleos y la mejora de la calidad de vida de las familias

CaixaBank reconoce que los emprendedores son actores esenciales en la dinamización del tejido productivo, con un papel clave en la creación de empleo y oportunidades y con una gran influencia sobre los cambios sociales. Este sector es capital para el desarrollo económico y social de cualquier territorio y de sus ciudadanos.

Actualmente, más del 51,5% de las pequeñas, medianas y grandes empresas españolas son clientes de CaixaBank. Promover el emprendimiento forma parte de la vocación de CaixaBank, para lo que ha creado diversos productos, vehículos y herramientas al servicio de los emprendedores.

CaixaNegocios

Durante el año 2014, CaixaBank ha puesto en marcha un nuevo modelo de relación dirigido a emprendedores, microempresas y profesionales autónomos basado en los valores de proximidad e innovación, con un equipo de gestores especializados.

El programa CaixaNegocios se dirige a comercios, autónomos, profesionales, microempresas y sector agrario con una facturación de hasta un millón de euros. Actualmente, CaixaBank tiene más de 1,3 millones de clientes en este segmento, con una penetración del 30,98%. Durante el primer semestre de 2014, CaixaNegocios ya ha captado 140.972 nuevos negocios.

CaixaNegocios está basado en la proximidad y la innovación. Un equipo de 2.600 gestores especializados, de los cuales 900 tienen dedicación exclusiva al segmento emprendedor, están al servicio de los clientes, desplazándose cuando es necesario para asesorar y facilitar la contratación de los productos y servicios desde el propio terminal del gestor.

Además de los gestores especializados, en todas las oficinas de CaixaBank, que son cerca de 6.000 en toda España, hay una persona de referencia para los clientes del segmento Negocios, que podrá estar en contacto con el gestor a través de Línea Abierta, el servicio de banca *on-line* de la entidad, en cualquier momento y desde cualquier lugar.

Igualmente, CaixaNegocios incluye financiación empresarial, con 2.000 millones de euros en crédito preconcedido en función de la facturación, con préstamos medios entre 10.000 y 15.000 euros.



MicroBank

CaixaBank promueve el banco social MicroBank, dedicado a canalizar microcréditos a emprendedores, autónomos y microempresas que necesitan financiación. Su importe máximo es de 25.000 euros. No es precisa la aportación de garantía real y su periodo máximo de devolución es de 5 años, y puede incluir una carencia de 6 meses. Como requisito, hay que presentar un plan de empresa para el estudio de la viabilidad del proyecto.

MicroBank concedió en 2013 55.773 microcréditos por valor de 313,2 millones de euros, de los que 15.678 eran para emprendedores y negocios, con un importe de 169,2 millones de euros. Durante 2014, se han concedido 22.482 microcréditos.

Según los datos del Informe sobre el impacto social de los microcréditos 2013, elaborado por ESADE Business School y MicroBank, la media de puestos de trabajo que crea o mantiene cada empresa financiada con un microcrédito es de 1,81, incluyendo al propio emprendedor. MicroBank ha contribuido a la creación o mantenimiento de más de 101.199 puestos de trabajo.

El programa Incorpora ha facilitado 81.217 puestos de trabajo desde 2006

MicroBank es la entidad que más microcréditos concede en España

Caixa Capital Risc

Caixa Capital Risc es la sociedad gestora de empresas de capital riesgo del Grupo "la Caixa", que invierte en compañías españolas innovadoras con un elevado potencial de crecimiento. Su objetivo es acompañar en las primeras rondas de inversión a los proyectos innovadores y atraer hacia ellos a inversores sectoriales e internacionales. Caixa Capital Risc desarrolla una intensa actividad de identificación de proyectos, reconocimiento del talento y promoción de las iniciativas empresariales de los emprendedores. Entre sus programas, destacan los Premios EmprendedorXXI, el galardón para emprendedores con mayor dotación económica de España.

Incorpora, para la inserción laboral

CaixaBank promueve el programa Incorpora, que tiene como objetivo la inserción en el mundo laboral de personas con dificultades especiales para acceder a un empleo y en riesgo de exclusión social. El programa se ofrece a través de las diferentes delegaciones de CaixaEmpresa a las empresas cliente de CaixaBank, y está gestionado por la Obra Social "la Caixa". Desde el año 2006, y con la colaboración de 30.023 empresas, se han facilitado 81.217 puestos de trabajo a parados de larga duración, personas con alguna discapacidad, inmigrantes, jóvenes con dificultades para acceder a su primer trabajo o víctimas de la violencia de género, entre otros. El programa colabora con más de 300 entidades sociales y cuenta con 782 técnicos adheridos, que aplican diversos procesos personalizados de inserción, cada uno dirigido al colectivo en el que están especializados.

La gestora dispone de un volumen de inversión total de 144 millones de euros a través de siete sociedades de inversión. Cada una de ellas cuenta con un equipo gestor y un comité de inversiones especializado.

Fomento del empleo

"la Caixa" ha firmado un convenio con el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, a través del cual aportará 6 millones de euros para promover la creación de hasta 10.000 puestos de trabajo entre los emprendedores.

El convenio de adhesión de la Obra Social "la Caixa" a la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016 impulsada por el Gobierno incluye la subvención de parte de la cuota de cotización a la Seguridad Social de jóvenes emprendedores, con lo que se complementará la aportación del Ministerio de Empleo.

Con esta ayuda, que asciende a unos 75 euros mensuales, puede ampliarse de seis meses a un año la subvención de las cotizaciones a la Seguridad Social que ofrece el Gobierno. El acuerdo prevé también la creación del Portal Único del Empleo y del Emprendedor, con recursos para encontrar trabajo o emprender.



Diccionario de la RSC

AUDITORÍA SOCIAL

Proceso que permite a una empresa u organización evaluar su comportamiento ético, social y ambiental, así como su eficiencia en el uso de los recursos económicos, técnicos y humanos. Lo realizan agentes independientes.

BANCA ÉTICA

Alternativa a la banca tradicional que busca ir más allá del mero beneficio económico y compatibilizarlo con valores de responsabilidad social y medioambiental, así como la transparencia.

COMERCIO JUSTO

Forma de comercio que garantiza que el precio que se paga al productor le permite acceder a unas condiciones de vida dignas, a la vez que contribuye a evitar la discriminación y el proteccionismo que sufren los productos procedentes de países en desarrollo.

DESVINCULACIÓN

Conjunto de servicios de orientación y apoyo proporcionados por una empresa a los trabajadores despedidos para facilitar su reinserción laboral.

ÉTICA CORPORATIVA

Compromiso que adquiere una empresa con principios de responsabilidad social, que puede estar recogido en una guía normativa pero que va más allá de los aspectos legales.

FILANTROPÍA EMPRESARIAL

Contribución sin ánimo de lucro procedente de las ganancias de una empresa destinada a fines sociales. Los beneficiarios pueden ser los propios empleados o comunidades cercanas a la empresa.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Institución independiente que creó un estándar mundial para la elaboración de memorias de RSC. Las organizaciones o empresas pueden aplicar de forma voluntaria este estándar que recoge aspectos económicos, ambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios.

HUELLA DE CARBONO

Indicador que evalúa el impacto de los gases con efecto invernadero emitidos por una empresa, organización, evento o individuo, que permite analizar su eficiencia energética y sostenibilidad ambiental, con el fin de implementar estrategias de reducción de emisiones si es conveniente.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Ausencia de prejuicios y de discriminación por razones de edad, sexo, raza o clase en el entorno laboral (en lo relativo al acceso a puestos de trabajo, retribución, formación, etc.).



JUSTICIA SOCIAL

Búsqueda de una sociedad equitativa mediante el reparto de la riqueza y la igualdad de oportunidades, privilegios y derechos para todos los ciudadanos.

KYOSEI

Corriente filosófica japonesa que significa "vivir y trabajar juntos para el bien común". Se engloba en la RSC y fomenta las buenas relaciones y la cooperación entre empresa, trabajadores, clientes y comunidad, así como la competencia justa.

LOGÍSTICA INVERSA

Modelo que va más allá de la concepción tradicional -que contempla la cadena de suministro desde el punto de origen hasta el de consumo- e incluye los procesos de retorno de los productos para su reciclaje o correcta eliminación, con el objetivo de reducir el impacto medioambiental.

MARKETING CON CAUSA

Acuerdo entre una empresa y una organización sin ánimo de lucro para colaborar en proyectos sociales y de captación de fondos. El objetivo es cosechar beneficios para los dos, ya que, por un lado, la entidad social recibe una inyección económica y, por otro, la empresa mejora su imagen.

NEUTRO EN CARBONO

Se denomina así a las empresas, entidades o iniciativas que compensan sus emisiones de dióxido de carbono con la apuesta por energías 100% renovables o acciones para proteger el medio ambiente.

OBRA SOCIAL

Reinversión de parte de los beneficios de una empresa o entidad en organizaciones y actividades sin ánimo de lucro con fines benéficos culturales, sociales, sanitarios y del medio ambiente.

PACTO GLOBAL

Iniciativa de las Naciones Unidas que anima a las empresas a incluir en su estrategia y actividades diez principios relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. Es la mayor iniciativa mundial de RSC.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Compromiso voluntario de la empresa, más allá de las obligaciones legales, a actuar mediante prácticas éticas y transparentes. Estas empresas integran en su estrategia y actividades las dimensiones social y medioambiental, a parte de la económica.

SOSTENIBILIDAD

Equilibrio entre el progreso y los recursos -económicos, ecológicos y sociales- disponibles para satisfacer las necesidades del presente sin comprometer el desarrollo de otras regiones o de generaciones futuras.

TRANSPARENCIA

Práctica que consiste en publicar información veraz y completa sobre el impacto de las políticas y sistemas de la empresa en todos sus ámbitos (económico, social y medioambiental).

UNIÓN EUROPEA

Organismo internacional que fomenta el debate sobre la responsabilidad de las empresas e impulsa la creación de un marco de actuación de RSC compartido por los países miembros.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Actividades para el desarrollo de la comunidad que los empleados de una empresa realizan voluntariamente y sin ánimo de lucro, a veces durante parte de su jornada laboral.

WORK-LIFE BALANCE

Medidas destinadas a mejorar el equilibrio entre la vida laboral y personal.

X - EXCELENCIA EN GESTIÓN

Conjunto de prácticas notables en la dirección y administración de una empresa u organización, incluyendo prácticas de responsabilidad social.

Y - PROTOCOLO DE KYOTO

Acuerdo internacional suscrito en 1997 por 160 países que se comprometen a reducir la emisión de gases causantes del calentamiento global.

ZERO WASTE

Principio de sostenibilidad que se basa en reducir la cantidad de residuos mediante el reciclaje y la revalorización de materiales usados. Promueve la fabricación de productos duraderos a largo plazo.

Texto: María Rubal



¿Quién es quién?

ASOCIACIÓN +RESPONSABLES

Barcelona

www.masresponsables.org

Asociación sin ánimo de lucro que nace de la empresa Ingeniería Social, con el objetivo de dar a conocer los valores de la RSC y del desarrollo responsable.



CLUB DE EXCELENCIA EN SOSTENIBILIDAD

Madrid

www.clubsostenibilidad.org

Asociación empresarial sin ánimo de lucro centrada en grandes empresas españolas que impulsan prácticas sociales responsables. Publica el boletín Responsabilidad i+, sobre RSC.



CONSEJO ESTATAL DE LAS EMPRESAS

Madrid

www.empleo.gob.es

Órgano asesor y consultivo del Gobierno de España en materia de RSC, que se organiza mediante grupos de trabajo no permanentes y un foro de expertos.



ASOCIACIÓN FORÉTICA

Madrid

www.foretica.org

Asociación de empresas y profesionales en responsabilidad empresarial que promueve la gestión ética y competitiva de los negocios a través de distintas herramientas.



FUNDACIÓN CORRESPONSABLES

Madrid

fundacioncorresponsables.org

Organización sin ánimo de lucro que busca promover prácticas de responsabilidad social, en especial en colectivos con pocos recursos, más allá de las grandes empresas.



GESTIÓN SOSTENIBLE RURAL

Catalunya, Baleares y Aragón

es.gsrural.org

Proyecto de cooperación interregional para fomentar la RSC en organizaciones del medio rural, así como para establecer un marco común de políticas empresariales responsables.



OBSERVATORIO CTESC

Barcelona

www.observatori-ctesc.cat

Fórum permanente que analiza la adecuación de las políticas de RSC de empresas y administraciones en Catalunya a las necesidades de la sociedad. También facilita la colaboración entre el sector público y privado.



OBSERVATORIO DE LA RSC

Madrid

www.observatoriorsc.org

Organización sin ánimo de lucro para la cooperación de varias organizaciones que trabajan para potenciar la aplicación práctica de la RSC en España y países donde operan empresas españolas.



PORTAL RESPON.CAT

Barcelona

www.respon.cat

Espacio virtual de cooperación entre empresas y organizaciones catalanas comprometidas con la RSC para crear una marca de excelencia social y afrontar los retos de la sociedad y la economía.



RESPONSABILIDAD SOCIAL CATALUNYA

Barcelona

www.rscat.gencat.cat

Iniciativa conjunta entre organizaciones empresariales y sindicales catalanas impulsada por la Generalitat de Catalunya para fomentar la RSC en empresas y administraciones desde el portal web.

