

LA ECONOMÍA CIRCULAR



La responsabilidad social corporativa
Ventaja competitiva en el mercado

2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

- Ventaja competitiva en el mercado

Objetivo

Aplicar la responsabilidad social empresarial
como elemento de marketing en la empresa

LA ECONOMÍA CIRCULAR

El modelo de desarrollo basado en el consumo genera impactos negativos en el medio que habitamos



**CAMBIO DE
MODELO**





Libro Verde de la Unión Europea:
“integración **voluntaria**, por parte de las empresas, de la preocupaciones **sociales y medioambientales** en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”

LA ECONOMÍA CIRCULAR

OBJETIVOS **DE DESARROLLO SOSTENIBLE**



- La **RSC** es algo **variable** en el tiempo y su **aplicación dependerá** de circunstancias como el **contexto socioeconómico**, el **sector de actividad** en el que se encuentre incurso la **empresa** y otros muchos factores.
- Las **empresas** han asumido la idea de que la **RSE** es **estratégica** para su **futuro** porque tiene **retornos** para la organización en varios aspectos, sobre todo de **imagen**, pero también en términos **económicos**.

LA ECONOMÍA CIRCULAR

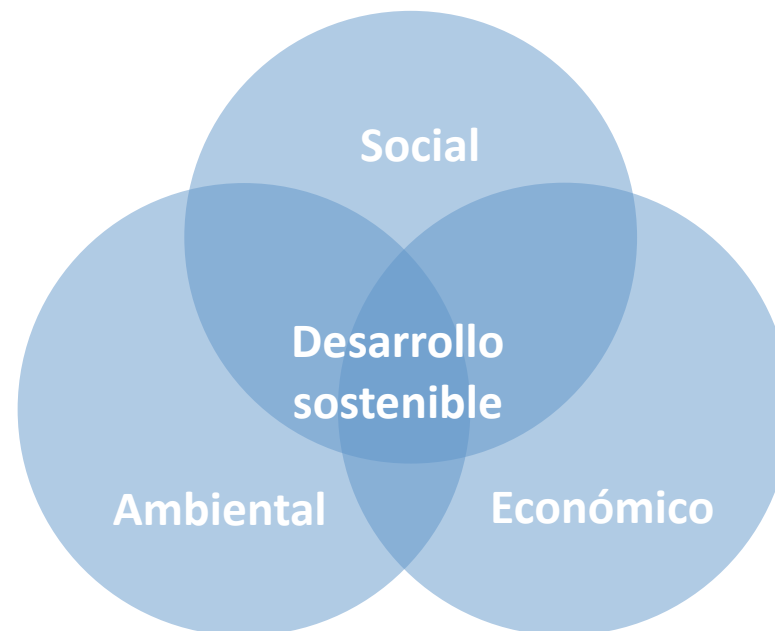
Por primera vez los **ciudadanos** creen que **influyen más como consumidores** que como votantes. Además cada vez dan más importancia a las empresas y menos a los gobiernos en labores medioambientales y sociales.



LA ECONOMÍA CIRCULAR

Dimensiones

La elaboración del Plan de Responsabilidad Social sigue las etapas de la **planificación estratégica clásica**, aunque ahora contemplada desde una nueva óptica, la del "**triple balance**" (económico, social y ambiental), que incorpora a los modelos tradicionales de planificación **nuevos interlocutores, nuevos aspectos de interés y nuevas exigencias de diálogo y transparencia.**



- **Impactos económicos**
 - Desempeño económico
 - Presencia en el mercado
 - Consecuencias económicas indirectas
 - Prácticas de adquisición



■ Impactos medio ambientales

- Materiales
- Energía
- Agua
- Biodiversidad
- Emisiones
- Efluentes y residuos
- Productos y servicios
- Cumplimiento regulatorio
- Transporte
- General
- Evaluación ambiental de los proveedores
- Mecanismos de reclamación en materia ambiental



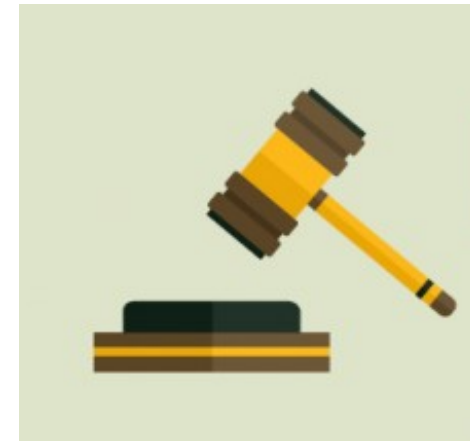
■ Impactos sociales



5 PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LA RSE:

1. **Carácter voluntario**
2. **Superación de los requisitos legales**
3. **Consideración de compromisos éticos, sociales, económicos y ambientales**
4. **Integración en la estrategia, procesos y actividades de la empresa**
5. **Atención e implicación de los grupos de interés**



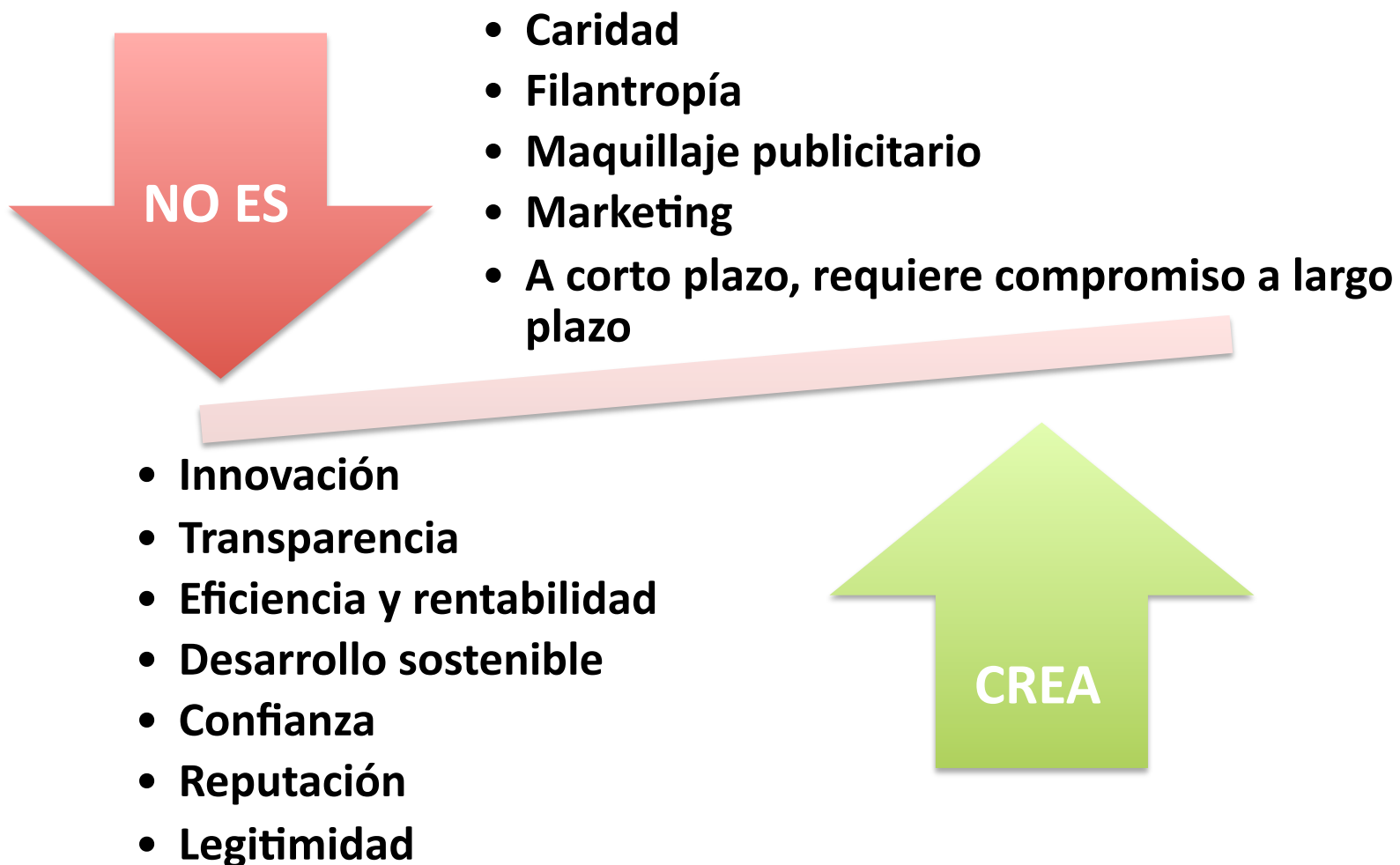


Voluntariedad vs Obligatoriedad

Defienden la **libertad de mercado** y la **no intromisión** de los **poderes públicos** en el **ámbito privado** de los **particulares**, ya sean personas físicas o empresas.

Apoyan la creación de **leyes y órganos** que las **regulen** porque entienden que la **función de los poderes públicos** no se **limita a minimizar los impactos negativos** o los **desequilibrios del mercado**, sino **también a promocionar** e impulsar aquellas conductas que generan un **impacto positivo** en la sociedad.

LA ECONOMÍA CIRCULAR



LA ECONOMÍA CIRCULAR

Objetivo

Las empresas deben **aplicar**, en estrecha colaboración **con las partes interesadas**, un **proceso** destinado a **integrar** las **preocupaciones** sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los DDHH y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones empresariales y su **estrategia** básica a fin de:

Maximizar la creación de **valor compartido** para sus propietarios/accionistas y para las demás partes interesadas y la sociedad en sentido amplio;



Identificar, prevenir y atenuar sus posibles **consecuencias adversas**.

LA ECONOMÍA CIRCULAR

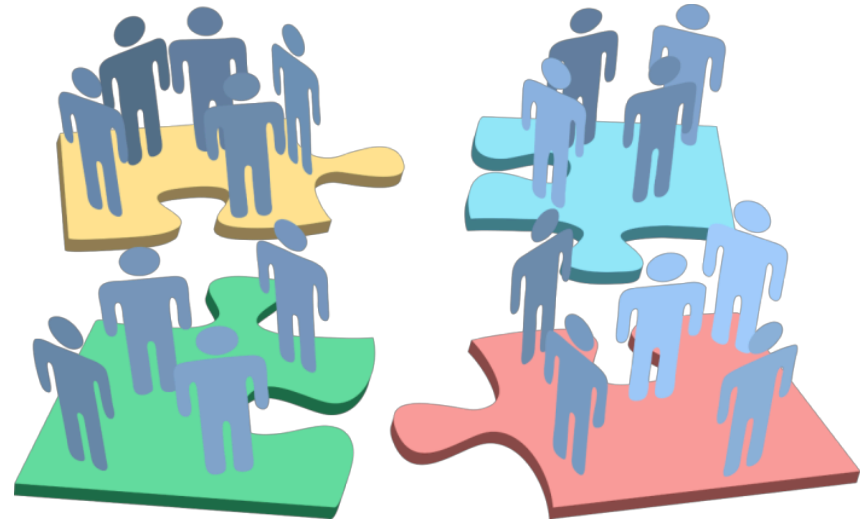


LA ECONOMÍA CIRCULAR



LA ECONOMÍA CIRCULAR

Grandes retos RSE



1. La tendencia hacia un planeta urbano.
2. La convergencia económica de países emergentes.
3. El cambio climático.
4. La escasez del agua.
5. El cambio demográfico.

LA ECONOMÍA CIRCULAR

Grupos de interés



Grupos de interés: análisis

Los que pueden perder algo si la empresa cierra	Los que pueden influir en mi marca	Los que representan intereses afectados por la operación de la empresa
- Trabajadores y sus familias - Consumidores - Proveedores - Administradores locales - Inversores	- Empleados - Consumidores - Medios de comunicación - ONG - Agencias reguladoras - Competencia	- Grupos ecologistas - Asociaciones cívicas - Grupos de presión - Gobiernos

¿Cómo?

SISTEMAS DE GESTIÓN

- SA8000: Social Accountability
- **SGE21: Forética**
- ISO26000

REPORTING SOSTENIBILIDAD

- **GRI: Global Reporting Initiative, G4 reportes integrados**
- AA1000: Accountability

Cuestionarios online para el autodiagnóstico en RSE

Autodiagnóstico RS PYMES
(Fundación Alares y MEKit)

➤ <http://www.rspymes.es/>

Herramienta dircom2r
(Asociación Española de Directivos de Comunicación, DIRCOM)

➤ <http://2r.dircom.org/documentos>

Cuestionario de autodiagnóstico de RSE-D (Fundación ONCE)

➤ <http://rsed.fundaciononce.es/cuestionario.aspx>

LA ECONOMÍA CIRCULAR

El Informe de RSE debe ofrecer información sobre los **compromisos** de la **empresa** con la **sociedad** y sobre su **desempeño** en los ámbitos **económico, social y medioambiental**. Es una buena herramienta de comunicación, pero no exclusivamente, porque también debe ser un documento útil que puede formar parte esencial del proceso de diálogo con los interlocutores de la empresa (los llamados “grupos de interés”).



GRI G4

Herramienta más utilizada en el ámbito de la RSE a nivel internacional que presenta desde 2013 un cambio significativo, pasa de marcar los aspectos que se reportan con indicadores, hasta ahora simplemente se seleccionaban los aspectos que se informaban con datos, y los que no se indicaba por qué y cuando se preveía poder informar.

Grandes cambios

- No quiero que me cuentes todos los indicadores sino **qué es lo importante y dónde es importante para tí.**
- Cómo identificas los impactos de la organización hacia el exterior **(aspectos materiales)** a informar **(memoria + estrategia)**
- Ahora no sólo indicar qué es relevante sino la cobertura, es decir, **dime dónde es importante, qué haces y cómo lo controlas.**

Pasos definición de aspectos materiales y cobertura

1. Identificación temas relevantes

Considerar: amplia variedad de grupos de interés y representantes, qué grupos de interés están más interesados, afectados por, o Involucrados en temas que la organización aborde (presente o futuro), los temas pueden generarse de impactos de dentro o de fuera de la organización.

2. Priorización aspectos materiales

Considerar: selección más ajustada de “identificación”. Grupos de interés que ayuden a la organización a priorizar aspectos.

3. Validación (Decisión de aspectos materiales)

Considerar: principalmente grupos interés interno y los focalizados en la Alta Dirección.

4. Revisión: revisión del proceso

LA ECONOMÍA CIRCULAR



- **ASPECTOS:** Grandes temas GRI (agua, energía, corrupción...)

- **ASUNTOS:** No contemplados, más generales “transparencia características productos financieros por ejemplo”

- **ENFOQUE DE GESTIÓN:** con respecto a los aspectos, por ejemplo, riesgo oportunidad / gestión ... Indicadores)

LA ECONOMÍA CIRCULAR

TABLA 1. Tabla del GRI para a establecer una priorización de grupos de interés

	Empleados	Proveedores	Comunidad local	Clientes	Bancos	Inversores
¿Ejerce este grupo una gran influencia en su...						
desempeño económico?	0/1					
desempeño social?	0/1					
desempeño ambiental?	0/1					
¿Se ve afectado en gran medida este grupo por su...						
desempeño económico?	0/1					
desempeño social?	0/1					
desempeño ambiental?	0/1					
Este grupo, ¿ejercerá mucha influencia o se verá muy afectado en el futuro?						
TOTAL	X					

Para establecer una clasificación de los grupos de interés de la compañía por orden de importancia, el GRI nos propone:

- > Rellenar los huecos de este cuadro con un 1 si es un sí y un 0 si es un no.
- > Sumar las puntuaciones de cada columna.
- > En base a la puntuación final (última fila), podremos hacer una primera jerarquización de los grupos de interés según su relevancia.

Fuente: Global Reporting Initiative (GRI)

LA ECONOMÍA CIRCULAR



Influencia externa

Elaborar una
matriz de
priorización
de grupos
de interés

Importancia interna

LA ECONOMÍA CIRCULAR



Relevancia

Elaborar una
matriz de
asuntos para
vuestra
empresa

Madurez

Estudios recientes desarrollados en Manchester, han descubierto que



“Solemos relacionarnos más con las personas que tienen un estado de ánimo similar al nuestro.”

“Es más beneficioso relacionarnos con personas que tengan una visión positiva, ya que de alguna manera, el contagio de actitudes será recíproco, y se reforzará”

LA ECONOMÍA CIRCULAR

Ejercicio:

Cada miembro toma una carta del bloque de stakeholders y otra del bloque de actitud. Así se generará por ejemplo un cliente agresivo.

STAKEHOLDERS



ACTITUDES



ACTITUDES



CONDUCTA NO VERBAL

- Postura hundida
- Evita mirar a los ojos
- Voz en tono bajo
- Vacila
- Risitas falsas
- Inseguridad

CONDUCTA VERBAL

- ¿Te importaría?
- ¿Es mucho problema si...?

ACTITUDES



CONDUCTA NO VERBAL

- Contacto ocular directo pero no amenazante
- Tono voz de conversación elevado pero no crispante
- Manos sueltas, no demasiados gestos
- Postura corporal erguida

CONDUCTA VERBAL

- Mensajes en primera persona
- Información clara sobre lo que se quiere expresar, lo que necesita, desea y siente
- Expresiones positivas, no destructivas.
- “Pienso”, “siento”, “quiero” ¿qué solución le podemos dar a esto?

ACTITUDES



CONDUCTA NO VERBAL

- Mirada fija a los ojos sostenida en el tiempo
- Tono voz muy elevado
- Rapidez al hablar
- Gestos de amenaza
- Frialidad
- Superioridad
- Brazos cruzados

CONDUCTA VERBAL

- Haz!
- Ten cuidado!!
- No tienes ni idea...
- Debes de estar bromeando...

2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

- **Premio Europeos RSC:** <http://www.csrspain-foretica.es/csrspain/premios-europeos-de-rse/>
- **Club Excelencia Sostenibilidad:** http://www.club sostenibilidad.org/main.asp?id_pagina=28
- **Cuadernos Forética:** http://www.foretica.org/biblioteca/cuadernos-foretica/cat_view/49-cuadernos-foretica?view=docman&lang=es



MUCHAS GRACIAS!!

Tamara Rodríguez Silva
610600999

www.innovacion-sostenible.es

info@innovacion-sostenible.es